

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN  
DAN PRODUK MAKANAN DI OBJEK WISATA WADUK  
GAJAH MUNGKUR KABUPATEN WONOGIRI**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan



**Oleh:**

**Irene Bayu Permatasari**

**09511244036**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2014**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN DAN PRODUK  
MAKANAN DI OBJEK WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN  
WONOGIRI**

**Disusun Oleh:**

**IRENE BAYU PERMATASARI**

**NIM 09511244036**

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk  
dilaksanakan  
Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 22 Januari 2014

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga,



Sutriyati Purwanti, M. Si  
NIP. 19611216 198803 2 001

Disetujui,  
Dosen Pembimbing,



Minta Harsana, M.Sc  
NIP. 19690314 200501 1 001



**HALAMAN PENGESAHAN**  
Tugas Akhir Skripsi

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN DAN PRODUK  
MAKANAN DI OBJEK WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN  
WONOGIRI**

Disusun Oleh :  
Irene Bayu Permatasari  
NIM 09511244036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Pada tanggal Januari 2014

**TIM PENGUJI**

**Nama/Jabatan**

**Tanda Tangan**

**Tanggal**

Minta Harsana, M.Sc  
Ketua Penguji



22 Januari 2014

Dewi Eka Murniati, M.M  
Sekretaris Penguji



22 Januari 2014

Sutriyati Purwanti, M.Si  
Penguji Utama



22 Januari 2014

Yogyakarta, 22 Januari 2014  
Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan,



  
Dr. Moch. Bruri Triyono  
NIP. 19560216 198603 1 003



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Irene Bayu Permatasari

NIM : 09511244036

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Dan Produk Makanan Di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 22 Januari 2014  
Yang Menyatakan,



Irene Bayu Permatasari  
NIM. 09511244036

## **PERSEMBAHAN**

**Rasa syukur ini saya persembahkan kepada**

**“ Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menjadi cahaya hidup disetiap masalah dan tantangan yang ku temui”**

**“Bapak tercinta yang mengajarkan ku tentang kerasnya hidup, pengorbanan, sekaligus penyemangat untuk terus maju”**

**“Ibu tercinta yang selalu mengajarkan kesabaran, keikhlasan, dan memanfaatkan lantunan doa untuk ku dalam setiap doanya”**

**“Keluargaku tersayang”**

**“Riya, Awal, Paulina, Syarafa, Martin, Anggit, Umi, Marga, Rohim, sahabat tersayang, suka duka yang kita lewati adalah perjalanan hidup yang tidak akan terganti, semoga kita selalu jadi sahabat”**

**“S1 NR 09 aku pasti merindukan kalian”**

**“Almamaterku tercinta”**

## **MOTTO**

**“Tuhan tidak pernah datang terlambat, tidak juga datang lebih cepat, tetapi**

**Tuhan datang pada saat yang tepat dan indah pada waktunya”**

**“Tidak ada pengorbanan tidak ada kemenangan”**

**“ Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan dan**

**bertekunlah dalam doa”**

**“ Jangan pernah ragu untuk mencoba hal baru, bahkan pengalaman baru,**

**gagal dicoba lagi, jatuh bangkit lagi. Karena sekali kita menyerah saat itu**

**juga kita gagal”**

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PELAYANAN DAN PRODUK MAKANAN DI OBJEK  
WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN WONOGIRI**

**Oleh :  
Irene Bayu P  
09511244036**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur, (2) tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan di Waduk Gajah Mungkur dan (3) tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari produk makanan di Waduk Gajah Mungkur.

Metode dalam penelitian ini adalah survey, yaitu suatu metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengetahui bagian-bagian yang mendukung tingkat kepuasan konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ada di warung makan sekitar Waduk Gajah Mungkur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling aksidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 150 orang. Validitas instrument dilakukan dengan menggunakan pendapat dari ahli (*judgement expert*) dan selanjutnya uji coba instrumen dilakukan kepada 30 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, kemudian dilanjutkan dengan mencari mean, median, modus, dengan analisis perhitungan *skewness* dan *kurtosis*.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Karakteristik Wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur didominasi penduduk lokal dengan penghasilan menengah kebawah, (2) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan di Waduk Gajah Mungkur berada pada kecenderungan negative dan (3) Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari produk makanan di Waduk Gajah Mungkur berada pada kecenderungan negatif.

**Kata kunci: Karakteristik Wisatawan, Kepuasan Konsumen, Pelayanan, Produk**

## KATA PENGANTAR

Puji Tuhan dengan rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Minta Harsana, M.Sc. selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
2. Dewi Eka Murniati, M.M selaku validator instrument penelitian TAS yang memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana sesuai dengan tujuan.
3. Minta Harsana, M.Sc, Dewi Eka Murniati, M.M., Sutriyati Purwati, M.Si selaku Ketua penguji, sekretaris, dan penguji yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini.
4. Noor Fitrihana, M.Eng., dan Sutriyati Purwanti, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana, serta Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Dr. Moch. Bruri Triyono selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.



6. Prof. Dr. Rachmat Wahab, M.Pd, MA selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena terbatasnya kemampuan penulis. Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya bagi khasanah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, Januari 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
HALAMAN PERSETUJUAN.....	li
HALAMAN PENGESAHAN .....	lii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS.....	lv
PERSEMBAHAN.....	V
MOTTO.....	Vi
ABSTRAK.....	Vii
KATA PENGANTAR.....	Viii
DAFTAR ISI .....	X
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar belakang .....	1
B. Identifikasi masalah .....	4
C. Batasan masalah .....	4
D. Rumusan masalah .....	4
E. Tujuan Penelitian .....	4
F. Manfaat Penelitian .....	5

### BAB II. KAJIAN TEORI

A. Profil Waduk Gajah Mungkur.....	7
B. Pariwisata.....	9
C. Kepuasan Konsumen.....	15
D. Pelayanan.....	19
E. Kualitas Produk.....	23
F. Karakteristik Konsumen.....	26
G. Penelitian yang Relevan .....	28
H. Kerangka Berpikir.....	29

### BAB III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan penelitian .....	31
B. Waktu dan Tempat penelitian .....	31
C. Definisi Operasional .....	32
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Teknik pengumpulan data dan instrumen	34
F. Uji Validitas instrumen .....	37
G. Teknik analisis data .....	38

### BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	41
B. Hasil Penelitian.....	41
1. Data Pengunjung.....	41
2. Karakteristik responden.....	42
3. Deskripsi jawaban Responden.....	42

C. Pembahasan Penelitian.....	69
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	78
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I : Instrumen Penelitian

Lampiran II : Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Lampiran III : Hasil Penelitian

Lampiran IV : Surat Ijin Penelitian

Lampiran V : Dokumentasi



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan pariwisata di Indonesia sekarang ini mengalami peningkatan dengan banyaknya potensi wisata yang dimiliki untuk menarik wisatawan melakukan perjalanan wisata. Namun hanya dengan memiliki potensi dan daerah wisata yang dikunjungi saja tidak cukup, tetapi perlu diupayakan pengembangan terhadap produk dan jasa di sector pariwisata. Dalam pengembangan kepariwisataan perlu diterapkan nilai-nilai asli kepribadian dan budaya bangsa. Pemanfaatan bukan berarti merubah atau bahkan menghilangkan jati diri budaya bangsa melainkan melestarikan, mengelola, dan memanfaatkan potensi itu sendiri.

Salah satu Kabupaten yang memiliki daya tarik wisata adalah Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Terdapat beberapa tempat wisata di Wonogiri yang dapat dikunjungi, antara lain: (1) Wisata Museum Karst Dunia. Tempat Berlibur Museum Karst Dunia ini terletak di Desa Gebangharjo, Pracimantoro, 38 km dari Kota Wonogiri, dikelilingi Gua Gilap, Gua Mrica, Gua Potro Bunder, Gua Sodong, Gua Sonya Ruri, Gua Tembus, dan Luweng Sopen, (2) Wisata Cagar Alam Danalaya. Tempat Berlibur di Kecamatan Slogohimo, berupa hutan jati, yang kayunya khusus diperuntukkan untuk membangun istana raja Surakarta, (3) Wisata Air Terjun Kahyangan. Wisata Air Terjun Kahyangan ini terletak di dusun Dlepih, Desa Taman, Kecamatan Tirtomoyo, ada pula puncak Kahyangan yg konon merupakan tempat di mana Sutowijoyo menemui Kanjeng Ratu Kidul, dan (4) Wisata Sendang Asri Waduk Gajah Mungkur. Tempat Berlibur Sendang Asri Waduk Gajah Mungkur ini terletak di Desa Sendang, Kec. Wonogiri, (5) Waduk

Gajah Mungkur menjadi andalan objek wisata di Wonogiri karena tempat wisata ini menyajikan perpaduan wisata alam, permainan anak, dan aneka pagelaran budaya dengan dukungan fasilitas yang terbilang cukup lengkap.

Salah satu objek wisata yang menjadi objek penelitian penulis adalah Waduk Gajah Mungkur. Selain sebagai tempat tujuan wisata, di waduk Gajah Mungkur juga banyak ditemui olahan hasil waduk berupa wader, udang, dan aneka ikan yang dimasak menjadi menu bakar, asem manis, dan digoreng garing dengan tepung bumbu yang renyah. Terdapat juga beberapa warung makan yang menjual dan menyajikan botok ikan dengan bumbu lengkap, parutan kelapa, tomat hijau, dan cabe. Selain botok ikan, terdapat juga kriuk-kriuk khas Wonogiri seperti rempeyek kedelai hitam dan keripik benguk. Warung lainnya juga menjual nugget, bakso, keripik atau siomai dari ikan.

Waduk Gajah Mungkur merupakan tempat rekreasi yang sangat indah. Disini tersedia kapal *boat* untuk mengelilingi perairan, juga sebagai tempat memancing. Selain itu, dapat pula menikmati olah raga layang gantung (Gantole), dengan area parkir yang luas waduk Gajah Mungkur bisa memuat banyak kendaraan besar seperti bus dan angkutan umum. Disana disediakan juga aneka kerajinan tangan yang terbuat dari rotan yang berbentuk kura-kura, gajah dan lain-lain.

Penelitian ini mengambil objek penelitian di Waduk Gajah Mungkur karena berdasarkan hasil pra survey diketahui pelayanan yang diberikan oleh pengelola Waduk Gajah Mungkur belum maksimal. Pengunjung mengeluhkan jika produk makanan yang dijual di Waduk Gajah Mungkur kurang bervariasi. Menurut mereka setiap warung yang ada hanya menyajikan menu makanan yang terbatas. Selain itu, warung-warung yang ada hanya berukuran kecil, sehingga kapasitas/daya tampung sangat terbatas.

Hasil pra survey juga diketahui tentang karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri. Rata-rata setiap minggu wisatawan yang berkunjung berusia antara 21-35 tahun dengan jenis kelamin didominasi laki-laki. Pengunjung berasal dari kota Wonogiri, dengan status pekerjaan sebagai karyawan swasta, dan memiliki penghasilan rata-rata Rp kurang dari Rp 1.000.000,00. Dengan demikian diketahui bahwa pengunjung Waduk Gajah Mungkur didominasi kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah dan belum merambah kalangan ekonomi atas.

Selain dari menu yang monoton, pelayanan di area wisata juga kurang baik karena hanya dikelola oleh penduduk sekitar objek Waduk Gajah Mungkur yang hanya memiliki pengetahuan terbatas tentang teknik olah makanan yang berasal dari hasil waduk itu sendiri. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Wonogiri masih menggunakan brosur, pameran, televisi, dan melalui internet saja, sedangkan sekarang ini sudah banyak munculnya lokasi-lokasi wisata baru yang mendapatkan promosi secara besar-besaran, contohnya Wisata Bahari Lamongan dan Wisata Jatim Park yang sudah memasang baliho-baliho di berbagai daerah lain yang juga sudah diliput diberbagai acara televisi. Kurangnya promosi yang dilakukan membuat objek wisata Waduk Gajah Mungkur kurang di kenal di daerah luar, meskipun terletak di pinggir jalan Raya akan tetapi angkutan umum yang melewati Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur hanya pada jam-jam tertentu saja. Oleh karena itu peneliti ingin mencari tahu tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk di Waduk Gajah Mungkur.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata dan kuliner, serta bagi

pelaku wisata kuliner. Selain itu hasil penelitian akan memberikan manfaat pada pemerintah daerah Kabupaten Wonogiri sebagai masukan dan saran untuk menjadikan Waduk Gajah Mungkur lebih baik.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan yang timbul guna proses meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk di waduk Gajah Mungkur sebagai berikut:

1. Pelayanan karyawan di Waduk Gajah Mungkur belum maksimal.
2. Transportasi umum menuju objek wisata pada jam-jam tertentu saja.
3. Menu di warung makan hanya terbatas pada hasil waduk saja.
4. Warung makan banyak dikelola oleh penduduk lokal yang kurang memiliki kompetensi, sehingga penanganannya kurang profesional.
5. Pengunjung belum puas dengan pelayanan dan produk di waduk Gajah Mungkur.
6. Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur didominasi kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah dan belum merambah kalangan ekonomi atas.
7. Pengunjung Waduk Gajah Mungkur masih didominasi penduduk lokal.

## **C. Batasan Masalah**

Dari identifikasi masalah ternyata terdapat banyak permasalahan yang ditemui, sehingga diperlukan batasan masalah. Peneliti membatasi permasalahan yang diangkat dalam latar belakang dan identifikasi masalah yaitu dari karakteristik wisatawan, pelayanan dan produk di Waduk Gajah Mungkur.



#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana karakteristik wisatawan yang berkunjung di Waduk Gajah Mungkur?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan makanan di Waduk Gajah Mungkur?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari produk makanan di Waduk Gajah Mungkur?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung di Waduk Gajah Mungkur
2. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan makanan di Waduk Gajah Mungkur.
3. Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari produk makanan di Waduk Gajah Mungkur.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Melalui kegiatan penelitian yang dilakukan, maka manfaat penelitian dari studi ini antara lain:

1. Manfaat teoritis
  - a. Manfaat teoritis penelitian ini adalah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan dan produk makanan di Waduk Gajah Mungkur.
  - b. Menambah khasanah ilmu tentang pelayanan dan produk makanan di Objek Wisata Gajah Mungkur.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini meliputi manfaat bagi pemerintah dan masyarakat luas dapat dilihat melalui berikut:

### a. Bagi Pemerintah

Sebagai sumbang saran kepada pihak-pihak terkait dalam pengambilan kebijakan terkait pengembangan Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur.

### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat menambah pengetahuan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan dan kualitas produk, serta menerapkan teori dan konsep yang telah dipelajari selama kuliah.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Profil Waduk Gajah Mungkur**

Waduk Gajah Mungkur adalah sebuah waduk yang terletak 3 km di selatan Kota kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah. Perairan danau buatan ini dibuat dengan membendung sungai terpanjang di pulau Jawa yaitu sungai Bengawan Solo. Mulai dibangun di akhir tahun 1970-an dan mulai beroperasi pada tahun 1978. Waduk dengan wilayah seluas kurang lebih 8800 ha di 7 kecamatan ini bisa mengairi sawah seluas 23600 ha di daerah Sukoharjo, Klaten, Karanganyar dan Sragen. Selain untuk memasok air minum Kota Wonogiri juga menghasilkan listrik dari PLTA sebesar 12,4 MegaWatt. Untuk membangun waduk ini pemerintah memindahkan penduduk yang tergusur perairan waduk dengan transmigrasi Bedhol Deso ke Sitiung, wilayah Provinsi Lampung.

Waduk Gajah Mungkur juga merupakan tempat rekreasi yang sangat indah. Di sini tersedia kapal boat untuk mengelilingi perairan, juga sebagai tempat memancing. Selain itu dapat pula menikmati olah raga layang gantung. Terdapat juga taman rekreasi "Sendang" yang terletak 6 km arah selatan Kota Wonogiri. Pada musim kemarau, debit air waduk akan kecil dan sebagian dari dasar waduk kelihatan. Dasar waduk yang di pinggiran dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untuk menanam tanaman semusim, seperti jagung. Waduk ini direncanakan bisa berumur sampai 100 tahun. Namun sampai tahun 2007, semakin kelihatan begitu tingginya endapan lumpur membuat sangsi apakah umurnya bisa 100 tahun.

Waduk Gajah Mungkur ini selalu ramai dikunjungi saat akhir pekan atau liburan sekolah. Disini pengunjung bisa menikmati kemegahan bangunan waduk sambil memancing di tepi danau buatan tersebut. Selain memancing, pengunjung bisa mengelilingi waduk menggunakan perahu yang disewakan disini. Ada juga permainan *gantole* yang ditawarkan di kawasan waduk ini. Tiket masuk ke area Waduk Gajah Mungkur sendiri sebesar Rp 3.100/orang.

Waduk Gajah Mungkur juga digunakan sebagai tempat pembudidayaan beberapa jenis ikan air tawar. Disini kita bisa melihat para nelayan membudidayakan ikan nila dengan menggunakan keramba jala apung. Selain ikan nila, ikan yang paling dicari disini adalah ikan wader. Ikan kecil ini banyak dijual oleh pedagang disekitar waduk dalam kondisi sudah matang alias digoreng. Satu piring kecil ikan wader goreng krispi biasanya dibanderol 10 ribu rupiah, bila ingin membawa sebagai oleh-oleh, bisa membelinya per kilo dengan harga sekitar 50 ribu rupiah. Terdapat 320 warung yang berada di sekitar arena bermain, warung-warung yang menyediakan aneka makanan hanya terdiri dari warung lesehan yang besarnya kira – kira 3x3 meter dengan memiliki karyawan rata-rata per warung 3 orang.



### 1. Data Pengunjung Waduk Gajah Mungkur pada tahun 2013

Deskripsi data pengunjung Waduk Gajah Mungkur pada tahun 2013 disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Data Pengunjung Waduk Gajah Mungkur pada Tahun 2013

No	Bulan	Sendang Asri Waduk Gajah mungkur	Karamba	Setren	Kaw. Museum Karst	Khayangan	Goa Putri Kencana	Pantai Sembukan	Jumlah
1	Januari	49.154	125	1.139	5.232	565	0	0	56.215
2	Pebruari	11.032	0	583	593	425	129	782	13.544
3	Maret	12.747	0	848	2.159	660	96	315	16.825
4	April	16.932	0	1.026	1.676	165	70	7	19.876
5	Mei	24.876	19	1.061	4.840	456	77	564	31.893
6	Juni	26.351	32	699	4.980	1.040	99	685	33.886
7	Juli	16.491	0	1.123	2.298	737	101	660	21.410
8	Agustus	110.933	643	3.820	6.631	3.013	82	453	125.575
	Jumlah	268.516	819	10.299	28.409	7.061	654	3.466	319.224

Sumber: Jasa Raharja, 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa selama bulan Januari hingga Agustus lonjakan pengunjung terjadi pada bulan Agustus dengan total pengunjung di berbagai tempat wisata sebanyak 125.575 jiwa. Mengalami lonjakan karena pada saat ada event Jamasan, Ulang Tahun Wonogiri dan Idul Fitri. Sementara itu, tempat wisata yang paling banyak dikunjungi di daerah Wonogiri adalah Sendang Asri Waduk Gajah Mungkur dengan data pengunjung sebanyak 268.516 jiwa.

### B. Pariwisata

Fandeli (1995:36), mengatakan bahwa umumnya wisata sering dipadankan dengan kata rekreasi. Menurutnya, rekreasi sendiri berasal dari bahasa Inggris *recreation* (*re-* dan *-create*), yang artinya kegiatan menciptakan kembali baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi lagi. Sedangkan yang disebut wisatawan

adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap ditempat yang didatanginya, atau hanya sementara waktu tinggal ditempat yang didatanginya (Pendit, 1990: 29).

Wisatawan melakukan perjalanan wisata dengan macam-macam motivasi. Variasi motivasi ini menimbulkan bentuk-bentuk pariwisata sebagaiberikut (Wahab, 1989: 11):

1). Pariwisata rekreasi atau pariwisata santai

Motif pariwisata ini adalah untuk memulihkan kemampuan fisik danmental setiap peserta wisata dan memberikan kesempatan santai bagi mereka darikebosanan dan kelelahan kerja selama di tempat rekreasi.

2). Pariwisata budaya

Motif pariwisata ini adalah untuk memperkaya informasi pengetahuantentang suatu daerah atau Negara lain dan untuk memuaskan kebutuhan hiburan.Dalam hal ini termasuk pula kunjungan ke pameran-pameran dan festival,perayaan-perayaan adat, tempat-tempat cagar budaya dan lain-lain.

3). Pariwisata pulih sehat

Motif pariwisata ini adalah untuk memuaskan kebutuhan perawatan medisdi daerah/ tempat lain dengan fasilitas penyembuhan. Misalnya sumber air panas,tempat-tempat kubangan lumpur yang berkasiat dan lain-lain. Pariwisata inimemerlukan persyaratan-persyaratan tertentu seperti kebersihan, ketenangan,dantaraf hidup yang pantas.

4). Pariwisata olah raga

Motif pariwisata ini adalah untuk memuaskan hobi orang-orang sepertimemancing, berburu, bermain sky dan mendaki gunung.

##### 5). Pariwisata temu wicara

Pariwisata ini disebut juga pariwisata konvensi yang mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, pertemuan bisnis, dan bahkan pertemuan politik.

Pariwisata ini memerlukan fasilitas pertemuan di Negara tujuan dan faktor-faktor lain yang penting seperti letak strategis, tersedianya transportasi yang mudah, iklim yang cerah dan sebagainya. Seorang yang berperan serta dalam konferensi

itu akan meminta fasilitas wisata yang lain misalnya *tour* dalam dan luar kota, tempat-tempat membeli cinderamata, dan obyek-obyek wisata yang lain.

Dari kamus besar bahasa Indonesia, menerangkan definisi potensi adalah kemampuan yang mempunyai nilai untuk dikembangkan. Sedangkan yang dimaksud potensi wisata adalah suatu asset yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tidak mengesampingkan aspek sosial budaya. Berikut dua bentuk potensi wisata yaitu:

(1). *Site Atraction* yaitu suatu tempat yang dijadikan obyek wisata seperti tempat-tempat tertentu yang menarik.

(2). *EventAtraction* yaitu suatu kejadian yang menarik untuk dijadikan momen kepariwisataan seperti pameran, pesta kesenian, upacara keagamaan, konferensi dan lain-lain.

Dalam dunia pariwisata, segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut atraksi atau lazim pula dikatakan obyek wisata. Atraksi-atraksi ini antara lain panorama keindahan alam yang menakjubkan seperti gunung, lembah, ngarai, air terjun, danau, pantai, matahari terbit, dan matahari terbenam, cuaca, udara dan lain-lain.

##### (3). Rantai pengembangan produk pariwisata

Tiap mata rantai dapat merupakan produk tersendiri dan terkait dengan bidang-bidang lain yang saling mempengaruhi. Akomodasi dapat dijadikan salah satu mata rantai dari produk pariwisata, tetapi hotel dapat juga merupakan produk tersendiri apabila akomodasi dijual sebagai bagian dari satu paket wisata, maka akomodasi tersebut menjadi salah satu mata rantai produk pariwisata. Akan tetapi mandiri tidak sebagai komponen wisata, maka akomodasi termasuk menjadi produk tersendiri. Akomodasi juga saling terkait dan saling mempengaruhi bidang-bidang lain akomodasi tidak dapat beroperasi tanpa bidang-bidang lain. Sebaliknya dengan beroperasinya sarana akomodasi, maka produk-produk energi, air bersih, bahan-bahan minuman dan makanan dapat terjual, dibeli oleh sarana akomodasi, seperti :

(a). Atraksi Wisata (*Tourist Attraction*)

Pada peragaan diatas dapat kita lihat dengan jelas, bahwa masyarakat wisatawan berkunjung ke suatu tempat, daerah atau Negara, disebabkan oleh daya tarik yang memikatnya. Sesuatu yang menarik dan mengakibatkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat, daerah, negara itu yang disebut daya tarik, atau atraksi wisata. Berbagai negara yang menjadi daerah tujuan wisata itupun dilatarbelakangi oleh berbagai daya tarik yang cukup memikat, sehingga calon wisatawan memutuskan untuk dapat berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

(b).Kemudahan (*fasilitation*)

Salah satu hal penting untuk pengembangan pariwisata adalah kemudahan (*fasilitation*). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat, daerah, atau Negara, karena tertarik oleh kemudahan kemudahan yang dapat diperoleh. Demikian pula sebaliknya tidak kurang wisatawan batal berkunjung ke suatu

tempat, daerah, atau negara, karena merasa tidak memperoleh kemudahan. Kemudahan yang dimaksud antara lain dalam hal memperoleh informasi, mengurus dokumen perjalanan, membawa barang, uang dan lain lain. Informasi merupakan satu hal yang sangat penting dalam kehidupan umat manusia, terutama di era globalisasi. Informasi yang diperlukan oleh wisatawan biasanya yang menyangkut hal-hal elementer dan umum, seperti visa, iklim, mata uang lokal, pakaian, bahasa suku/bangsa, kehidupan sehari-hari, letak penduduk. Tentu saja diperlukan informasi yang lebih rinci, misalnya; atraksi wisata, hotel, alat-alat transportasi (udara, darat, laut), makanan dan minuman lokal, harga dan lain-lain. Informasi semacam itu pada umumnya dapat dibedakan melalui bahan bahan informasi. Agar calon wisatawan dapat memperoleh bahan-bahan informasi, termaksud dengan mudah, maka setiap jenis media informasi perlu untuk dimanfaatkan untuk dipublikasikan ke seluruh negara sumber wisatawan.

(c).Aksesibilitas (*Acessibility*)

Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran masyarakat dari satu tempat ke tempat lainnya perpindahan tersebut bisa dalam jarak dekat, menengah ataupun jauh. Untuk melakukan perpindahan itu tentu saja diperlukan alat alat transportasi. Ketika melakukan perjalanan, berbagai bentuk keinginan yang terlintas dalam benak wisatawan, ada yang ingin cepat, adapula yang santai-santai saja. Berdasarkan latar belakang wisatawan ada yang sanggup membayar mahal adapula yang tidak sanggup membayar mahal tetapi biasanya lebih banyak yang ingin murah. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka berbagai kemudahan transportasi dapat dinikmati secara cepat dan nyaman.

(d).Akomodasi (*Accommodation*)

Akomodasi merupakan istilah yang menerangkan semua jenis sarana yang menyediakan tempat penginapan bagi masyarakat yang sedang dalam perjalanan. Dalam kata atau istilah akomodasi tercakup hotel, motel, wisma, pondok wisata, vila, apartemen, karavan, perkemahan, kapal pesiar, yacht, pondok remaja (*youth hostel*), dan sebagainya. Jadi kata atau istilah akomodasi mencakup pengertian yang sangat luas jika diartikan berdasarkan jenisnya.

(e).Jasa Boga (*food and beverages*)

Makan dan minum juga merupakan merupakan hal yang amat penting, bagi tiap manusia dan khususnya wisatawan. Tidak jarang wisatawan melakukan perjalanan wisata mengunjungi suatu tempat didorong oleh alasan makanan atau minuman. Oleh sebab itu, wisatawan biasanya menaruh harapan untuk mendapatkan makanan atau minuman yang enak baik makanan atau minuman yang telah dikenalnya maupaun karena ingin mencoba makanan atau minuman baru yang belum pernah dinikmatinya.

(f). Perusahaan Perjalanan (*Tour Operation*)

Dalam suatu aktifitas perjalanan yang menempuh jarak cukup jauh, tentunya membutuhkan jasa perantara guna memfasilitasi dari daerah asal wisatawan, ke daerah tujuan wisata hingga pulang. Para wisatawan tentunya akan diperhadapkan dengan tiga pilihan apakah hendak melakukan perjalanan dengan menggunakan jalur transportasi darat, laut, atau udara. Jika sudah ditentukan, maka tentunya calon penumpang harus membeli tiket keberangkatan. Selanjutnya diperhadapkan dengan dua pilihan lagi apakah pembelian tiket dilakukan pada perusahaan perjalanan atau langsung.

## **C. Kepuasan Konsumen**

### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana perusahaan. Jumlah pesaing yang semakin banyak mengharuskan perusahaan-perusahaan yang ada untuk mempunyai strategi khusus dalam bersaing, bertahan hidup serta berkembang.

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka” (Kotler, 2010:138).

### **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen**

Faktor utama yang memengaruhi kepuasan dari konsumen adalah apabila konsumen merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Menurut Irawan (2002:40), konsumen merasa puas jika harapannya terpenuhi. Ada lima dimensi utama kepuasan konsumen. Dimensi pertama, adalah kualitas produk atau jasa. Konsumen akan puas bila setelah membeli dan menggunakan produk/jasa tersebut, ternyata kualitasnya baik. Dimensi kedua, adalah harga. Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value form money*. Dimensi ketiga adalah *service quality* sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dimensi keempat adalah *emotionalfactor*. Persepsi konsumen memegang peranan penting karena adanya *emotional value* yang diberikan *brand* tertentu. Dimensi kelima adalah kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

## **2. Perilaku Konsumen yang Tidak Puas**

Salah satu alasan yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen adalah tidak terpenuhinya harapan seperti yang diinginkan. Misalkan alasan kualitas yang tidak bagus, pelayanan yang tidak memuaskan, harga yang mahal. Menurut Tjiptono (2008:50), konsumen yang puas akan membeli dan mencoba lagi tetapi jika sebaliknya kemungkinan akan melakukan komplain dan komplain tersebut harus dapat terselesaikan sampai konsumen terpuaskan.

## **3. Strategi Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2008:40), terdapat beberapa strategi kepuasan konsumen yaitu:

### *a) Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara konsumen dan perusahaan berkelanjutan, tidak berakhir setelah pembelian pertama.

### *b) Superior Customer Service*

Strategi dimana perusahaan menerapkan/menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari perusahaan lainnya.

### *c) Unconditional Guarantees*

Strategi dimana perusahaan memberikan jaminan kualitas produk yang ditawarkan.

### *d) Strategi penanganan keluhan yang efisien*

Penyebab jasa akan mengetahui hal yang perlu diperbaiki dalam pelayanan saat ini, penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya, karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan lebih baik.



Berdasarkan studi literatur dan pengalaman, (Irawan,2002:37-40), mengemukakan beberapa dimensi yang membentuk kepuasan konsumen:

a) Kualitas produk

Konsumen akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, kualitas produknya baik. Kualitas produk adalah dimensi yang global atau paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk, yaitu *performance, durability, feature, reliability, consistency dan design*.

b) Harga

Bagi konsumen yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen ini sangat penting untuk beberapa perusahaan tertentu dalam menciptakan kepuasan seperti misalnya: industri retail.

c) Service Quality

Ini bergantung pada tiga hal, yaitu sistem teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar 70 persen dan tidak mengherankan jika kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit untuk ditiru.

d) *Emotional Factor*

Komponen ini berlaku untuk produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti, mobil, kosmetik, pakaian dan sebagainya. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

e) Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk

Pelanggan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

#### 4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, *dkk*(1996) dalam Tjiptono (2008: 34) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

##### a) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim melalui via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

##### b) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/ pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

##### c) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah memasok agar dapat memahami mengapa hal

ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d) *Survey* kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

#### **D. Pelayanan**

Simamora (2001:172) menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan yang diharapkan konsumen maka kualitas pelayanan perusahaan tersebut baik. Pelayanan yang baik tersebut akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut. Lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* (Lupiyoadi, 2001: 148):

1. Bukti fisik (*Tangibles*), dimensi ini menyangkut tersedianya fasilitas peralatan, sumber daya manusia, dan materi-materi untuk komunikasi.

2. Keandalan (*Reability*), dimensi ini menyangkut kemampuan untuk melaksanakan/memberikan pelayanan dengan kualitas yang sama setiap waktu dan memberikan pelayanan secara akurat.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*), dimensi ini mencakup adanya jaminan dari petugas dan perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, dan petugas lainnya dalam kepercayaan terhadap pelayanan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5. Penghargaan (*Empathy*), dimensi ini mencakup kemampuan petugas untuk merawat dan memberikan perhatian kepada pelanggan dan keluarganya, seperti memperhatikan khusus kepada setiap pelanggan tanpa membedakan statusnya, serta perhatian terhadap semua keluhan pelanggan dan keluarganya.

Di dalam dunia pelayanan dikenal dengan adanya istilah pelayanan prima. Pelayanan prima menurut Lukman (2001: 8) merupakan terjemahan dari istilah "*Excellent Service*" yang secara harfiah berarti pelayanan yang baik atau pelayanan yang terbaik.

Menurut Lukman (2001: 8) dalam pelaksanaan pelayanan prima agar terlaksana dengan baik, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

- a. Konsep mendahulukan kepentingan pelanggan.

Pelayanan prima adalah pelayanan yang memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan merupakan prioritas utama dalam pelaksanaannya. Salah satu indikator adalah menanggapi segala keluhan dari pelanggan dengan baik.

b. Pelayanan dengan sepenuh hati

Pada hakekatnya pelanggan itu tidak hanya membeli produk tapi juga membeli pelayanan. Ini merupakan falsafah bisnis dalam memberikan pelayanan prima. Pelayanan adalah segala bentuk kreasinya dan manifestasinya. Untuk itu organisasi pelayanan harus lebih banyak belajar tentang memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan dengan cara yang baik.

1). Budaya pelayanan prima

Menganggap bahwa pelayanan prima sebagai suatu budaya berarti melakukan kegiatan pelayanan sebagai suatu hal yang membanggakan dengan nilai-nilai luhur yang dijunjung tinggi. Budaya pelayanan prima dibentuk oleh sikap karyawan dan manajemen organisasi pelayanan.

2). Sentuhan pelayanan prima

Pelayanan prima sangat memperhatikan individu sebagai pribadi yang menarik. Setiap pelanggan memiliki sifat yang dapat membuat petugas bahagia atau kecewa. Sentuhan pribadi mengarahkan para petugas pelayanan berfikir bahwa memperlakukan orang lain sebagaimana kita memperlakukan diri sendiri perlu dipraktekkan.

3). Pelayanan prima sesuai dengan pribadi prima

Konsep pribadi prima meliputi unsur-unsur kepribadian, penampilan, perilaku, dan komunikasi yang prima. Seseorang dapat dikatakan memiliki pribadi yang prima dapat dilihat dari sikap yang ramah, sopan, berpenampilan yakin, rapi, senang memaafkan, senang bergaul, dan sebagainya.

Menurut Widjojo (2005) pelayanan dalam usaha pelayanan makanan dapat diartikan sebagai berikut :

- a). Senyum kepada setiap orang.
- b). Kita harus menyadari bahwa kita bergerak dalam bidang hospitality Industry yang menjual jasa keramah–tamahan. Jadi harus murah senyum, ramah, sopan serta supel.
- c). Apapun yang kita kerjakan harus berakhir dengan memuaskan. Dalam hal ini, kalau kita bekerja selalu berprinsip “*Do the best*” (kerjakan yang paling baik, apa bisa dikerjakan).
- d). Memandang setiap tamu dengan rasa spesial.
- e). Mengundang para tamu untuk datang kembali. Disini dimaksudkan bahwa setiap tamu yang datang kembali dengan perasaan yang puas atas pelayanan yang bagus, puas, makanan yang enak, petugasnya ramah, bersahabat, peralatannya bersih dan rapi.
- f). Selalu meningkatkan suasana yang hangat dan akrab kepada setiap tamu.
- g). Mata, sebentar–bentar kontak dengan pandangan tamu, sebagai tanda bahwa kita senantiasa memperhatikan mereka, sehingga bila tamu membutuhkan sesuatu dengan cepat kita layani.

Dalam usaha pelayanan makanan diharapkan memberikan (*service*) pelayanan kepada tamu secara keseluruhan, yakni pelayanan yang baik dan menyeluruh. Meskipun makanannya cukup enak dan memuaskan, pelayanan yang diberikan baik dan lancar. Namun terdapat suatu kesalahan, walaupun merupakan kesalahan kecil, tentunya konsumen akan berfikir lagi untuk datang kembali ke tempat tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa pelayanan terhadap konsumen adalah hal–hal yang dilakukan untuk menarik perhatian serta mendorong

konsumen agar dapat melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang ditawarkan dan diharapkan akan melakukan pembelian lagi di lain waktu sehingga menjadi pelanggan yang tetap.

## **E. Kualitas Produk**

### **1. Pengertian Produk**

Produk dihasilkan untuk pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Produsen harus memperhatikan kebijakan yang ditetapkan atas produk yang dihasilkan. Produk pada dasarnya dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara, antara lain berdasarkan pada daya tahan produk dalam penggunaannya atau wujud produk tersebut.

### **2. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk**

Secara umum faktor yang memengaruhi kualitas produk tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua hal, yaitu :

- a. Faktor yang berkaitan dengan teknologi, yaitu mesin, bahan dan perusahaan.
- b. Faktor yang berkaitan dengan *human resources*, yaitu operator, mandor dan personal lain dari perusahaan.

Faktor terpenting bagi perusahaan adalah pada manusia (sumber daya manusia), karena dengan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas tinggi pula. Tjiptono(2007:89) berpendapat bahwa faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk, yaitu :

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi dari produk inti (*core product*) yang dibeli.

- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.
- f. *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. *Eстетika* yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceives quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

### 3. Konsep Produk

Konsep produk menurut Kotler, (2007: 18) menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berprestasi, atau inovatif. Kemudian di dalam bauran pemasaran produk meliputi : keragaman produk, kualitas, design, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, imbalan.

### 4. Karakteristik Makanan

Pemilihan terhadap makanan dapat dipengaruhi oleh karakteristik makanan itu sendiri. Karakteristik makanan antara lain meliputi warna, aroma, rasa, tekstur, bentuk, bumbu, penampilan, dan kombinasi makanan. Pada dasarnya



karakteristik makanan ini terbentuk karena adanya beberapa faktor yakni pemilihan bahan, teknik olah yang digunakan, proses pengolahan, asal daerah, dan sebagainya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik makanan sebagai berikut:

#### 1. Warna

Warna makanan merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan mutu pangan disamping cita rasa tekstur, dan nilai gizi serta mikrobiologis makanan (Wuwun Wijayanti, 2000: 77). Warna makanan merupakan salah satu hal yang penting dalam penampilan suatu makanan. Dalam melihat makanan, maka warna akan terlihat pertama kali. Makanan yang berwarna pucat cenderung memberikan penilaian bahwa makanan tersebut mempunyai rasa yang tidak enak atau sudah layu, sedangkan makanan berwarna terang memberikan kesan bahwa makanan tersebut mempunyai rasa enak dan masih segar. Makanan dengan warna bagus dan menarik dapat menimbulkan selera makan bagi setiap orang yang melihatnya. Warna dapat dijadikan sebagai indikator kesegaran atau kematangan baik tidaknya cara pencampuran atau pengolahan, dapat ditandai dengan adanya warna yang seragam dan merata (Winarno, 1992: 95).

#### 2. Aroma

Aroma makanan banyak menentukan kelezatan dari makanan. Dalam hal makanan, aroma lebih banyak berhubungan dengan indera penciuman yaitu hidung. Bahkan tanpa melihatpun, biasanya orang akan tahu bahwa sesuatu makanan itu lezat atau tidak. Aroma pada makanan banyak dipengaruhi bahan-bahan yang digunakan dalam memproduksi makanan.

### 3. Rasa

Rasa dikenal sejak makanan mulai masuk ke dalam mulut. Rasa lebih banyak melibatkan panca indera lidah. Rasa utama yang biasa diidentifikasi oleh lidah adalah asin, asam, manis, dan pahit. Lidah sebagai alat pengecap memiliki peran yang sangat besar dalam pemilihan terhadap makanan. Lidah berfungsi sebagai alat pengecap, sebagai alat pengaduk, sebagai alat pembersih mulut, dan sebagai alat pembantu pendorong makanan dalam proses penelanan (Marsetyo, 1991: 55). Lidah memiliki bagian-bagian tersendiri yang berfungsi untuk dapat merasakan setiap makanan yang masuk ke dalam mulut. sehingga mampu merasakan manis, pahit, asam, dan asin.

### 4. Tekstur

Tekstur merupakan hasil dari kontak fisik melalui kesan sentuhan terhadap ukuran dan bentuk suatu benda. Tekstur makanan yang lunak atau kenyal memberi kesan tersendiri dalam pemilihan makanan (Piggot, 1984). Tekstur makanan dapat diketahui sejak jari tangan menyentuh permukaan makanan, saat makanan diambil oleh alat hisap, saat makanan menyentuh bibir, selama dikunyah oleh mulut sampai beberapa saat setelah makanan ditelan. Tekstur makanan merupakan penentu dipilihnya suatu makanan.

## **F. Karakteristik Wisatawan**

Karakteristik berdasarkan demografi atau kependudukan menurut Wijayanti, (2002: 26) merupakan pengelompokan berdasarkan pada keseragaman penduduk atau masyarakat. Pengelompokan ini dapat didasarkan pada kelompok umur, tingkat pendidikan, pendapatan keluarga, jumlah keluarga

atau bahkan kelompok profesi atau pekerjaan seseorang, jenis kelamin, tingkat sosial ekonomi, pendapatan individu.

### 1. Usia

Pengelompokan berdasarkan umur sangat umum digunakan untuk penentuan segmentasi pasar produk-produk konsumsi. Keinginan, kebutuhan, dan pola kehidupan setiap orang dari berbagai umur mempunyai perbedaan yang nyata. Kebutuhan seorang anak kecil tentunya berbeda dengan keperluan seorang lansia. Perbedaan kebutuhan ini bisa meliputi kebutuhan pangan, sandang, pendidikan, rekreasi, dan semua aspek kehidupan.

Pada dasarnya pengelompokan umur terbagi atas:

- a. Kelompok bayi: umur mulai 0-24 bulan
- b. Kelompok balita: umur anak di bawah 5 tahun
- c. Kelompok anak-anak: umur mulai 6 tahun-12 tahun
- d. Kelompok remaja: umur mulai 13 tahun-17 tahun
- e. Kelompok dewasa: umur mulai 17 tahun-55 tahun
- f. Kelompok lansia: umur di atas 55 tahun

### 2. Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan pengelompokan berdasarkan pada tingkat pendidikan dari target konsumen potensial. Tingkat pendidikan dapat digunakan sebagai dasar segmentasi untuk produk tertentu karena latar belakang ini bisa mempengaruhi gaya hidup seseorang yang akhirnya mengarah ke pemilihan produk yang dibutuhkannya. Tingkat pendidikan mulai dari Play Group, SD, SMP, SMA, S1, S2, dan S3.

### 3. Pekerjaan

Biasanya pengelompokan ini merupakan kelompok profesi, atau kelompok pekerja. Jumlah kelompok yang mempunyai hobi sama dan mampu hidup sendiri. Profesi medis sebagai contoh, Kelompok Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan lain sebagainya.

#### 4. Jenis Kelamin

Dari zaman ke zaman sudah banyak sekali produk dibuat dengan berdasarkan pada segmen jenis kelamin ini. Bahkan hampir semua pembuatan rencana marketing selalu menggunakan segmen ini. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan keinginan dan kebutuhan untuk pria maupun perempuan, baik secara fisik maupun psikis.

#### 5. Penghasilan

Tingkat sosial ekonomi seseorang menentukan pola hidup, pola pikir, dan kebiasaan yang berbeda. Perbedaan dari tingkat sosial ekonomi ini dapat dimanfaatkan oleh pembuat produk untuk menciptakan produk sesuai dengan kemampuan ekonomi seseorang. Tingkat sosial ekonomi dapat dikelompokkan ke dalam banyak kelompok tergantung pada cara pandang dan persepsi mana yang digunakan.

### **G. Penelitian yang Relevan**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Judo Satrio berupa Skripsi yang berjudul Analisis Perilaku Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Bebek Pak Ndut Di Kota Bogor. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen di Restoran bebek Pak Ndut mengaku puas dengan seluruh fasilitas di restoran bebek Pak Ndut. Hal ini ditunjukkan dengan melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat diketahui nilai *Customer Satisfaction Index* yang menyatakan sangat puas.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Santi Parmanti Widjaja berupa skripsi yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen : Studi Kasus Di Restoran Rico tahun 2004. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen Restoran Rico menunjukan kurang puas, sehingga perlu diperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

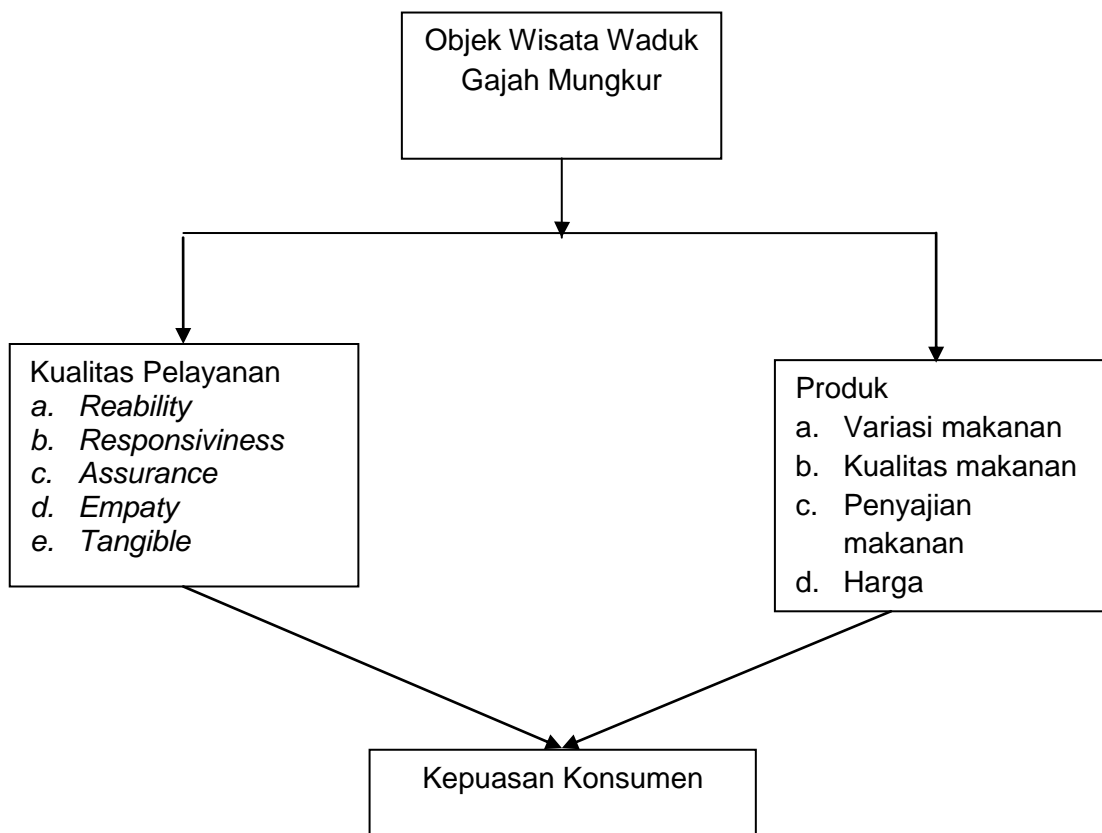
3. Penelitian yang dilakukan oleh Elsa Nafthalia Kurniawan berupa skripsi yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Mutu Pelayanan Di Restoran Macaroni Panggang Bogor. Dari hasil analisis tingkat kepentingan dan kinerja diperoleh informasi bahwa atribut keramahan dan kesopanan karyawan merupakan atribut yang paling dirasakan penting oleh konsumen. Sedangkan atribut yang memiliki tingkat kinerja yang tertinggi adalah suasana nyaman.

#### **G. Kerangka Berpikir**

Kualitas pelayanan merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan ideal. Harapan konsumen tersebut tercermin pada dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, kereponsifan, *assurance*, empati, *tangibles* (*bukti langsung/fisik*). Pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan dalam penyajian menu dan pesananan pengunjung Waduk Gajah Mungkur menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian objek wisata di Waduk Gajah Mungkur karena dapat menciptakan kepuasan konsumen.

Selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh produsen, karena setiap konsumen menginginkan produk yang dibelinya memiliki kualitas yang baik.

Secara sistematis kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan dan kualitas produk digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk makanan di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur merupakan penelitian survei dan tidak menguji hipotesis atau penelitian non hipotesis. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengumpulkan informasi tentang variabel. Sesuai dengan jenis penelitiannya, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengetahui bagian-bagian yang mendukung tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk makanan di sekitar Waduk Gajah Mungkur serta menilai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk makanan sekitar Waduk Gajah Mungkur.

Menurut Sugiyono (2012: 34) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang ingin mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi. Metode penelitian kuantitatif cocok digunakan untuk mendapatkan informasi yang luas tetapi tidak mendalam.

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri di Jalan Sendangsari – Wonogiri, sedangkan waktu penelitian dilakukan pada tanggal 01 Oktober sampai 30 Desember 2013

### **C. Definisi Operasional**

Untuk menghindari adanya salah pengertian, maka penulis memberikan definisi operasional sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan konsumen pada pelayanan di Waduk Gajah Mungkur Wonogiri adalah tindakan penjual kepada konsumen melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Pelayanan pada penelitian ini diukur melalui 5 aspek yang meliputi: *reliable*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty*, dan *tangible*.
2. Kepuasan konsumen pada produk makanan di Waduk Gajah Mungkur Wonogiri, diukur melalui berbagai aspek yang meliputi: variasi produk, kualitas produk, penyajian produk, dan aspek harga.

### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2012: 117). Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang ada di warung makan sekitar Waduk Gajah Mungkur. Dalam penelitian ini jumlah sampel berdasarkan ketentuan yang digunakan oleh Sugiyono (2012: 124) dengan menggunakan sampling aksidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jadi pada penelitian ini semua orang yang kebetulan ditemui di warung makan pada hari itu di pakai sebagai sampel.



Formulasi dalam penentuan besarnya ukuran sampel dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$n$  = ukuran sampel yang dibutuhkan

$N$  = ukuran populasi

$e$  = ukuran tingkat kesalahan yaitu 8 %

Ukuran populasi diambil dari rata – rata jumlah pengunjung per hari pada bulan Oktobertahun 2013 ke Waduk Gajah Mungkur yaitu sejumlah 366 orang/hari(Dinas Pariwisata). Tingkat kesalahan yang ditetapkan adalah 8% dari tingkat kesalahan antara 5–10% dalam penelitian social yang diperbolehkan (Kusmayadi dan Sugiarto : 2000). Jadi berdasarkan rumus diatas besarnya sampel yang digunakan adalah.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{366}{1+366(0,08)^2}$$

$$n = \frac{366}{1+366(0,0064)^2}$$

$$n = \frac{366}{1+1,28}$$

$$n = \frac{336}{2,28}$$

$$n = 147,36$$

Dibulatkan menjadi 150. Jadi sampel yang digunakan adalah 150 orang.

## **E. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data primer diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban–jawaban terhadap pertanyaan–pertanyaan dalam angket terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk makanan di Waduk Gajah Mungkur. Data sekunder diperoleh melalui data dari pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi, 1993:124). Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner terbuka untuk identifikasi data konsumen dan kuesioner tertutup untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Dilihat dari bentuknya penelitian ini menggunakan skala bertingkat (*rating scale*) yaitu sebuah pertanyaan diikuti oleh kolom–kolom yang menunjukkan tingkatan–tingkatan. Penggunaan kuesioner ini ditujukan untuk para konsumen.

### **2. Instrumen Penelitian**

Instrumen Penelitian merupakan suatu yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam pembuatan instrumen diperlukan langkah–langkah yang teliti dan benar, agar dapat memperoleh data yang memenuhi syarat dan dapat mewakili objek penelitian untuk kemudahan dalam penyusunan instrumen, (Suharsimi, 1993:78) menjelaskan langkah–langkah instrumen sebagai berikut :

- a. Mengadakan identifikasi terhadap variabel–variabel yang ada rumusan judul (penelitian)

- b. Menjabarkan variabel–variabel menjadi sub variabel
- c. Mencari indikator setiap variabel
- d. Merumuskan sub indikator menjadi butir instrumen pertanyaan atau pernyataan.
- e. Melengkapi instrumen dengan daftar isian identifikasi responden, kata pengantar dan instruksi penyusunan.

Instrumen penelitian ini menggunakan angket dengan skala Likert (*rating scale*) yang telah dimodifikasi dengan menggunakan empat alternatif jawaban : Sangat Puas (SP), Puas (P), Tidak Puas (TP), Sangat Tidak Puas ( S TP), keempat penilaian diberikan bobot sebagai berikut :

Jawaban	Bobot
Sangat Puas (SP)	4
Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

**Tabel 2. Kisi – kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Nomor Item	Jumlah Item
1	<b>Kualitas Layanan</b>	<i>a. Reliable</i>	a.kecepatan dalam menyajikan pesanan	1	2
			b.ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan	2	
		<i>b. Responsiveness</i>	a. kesigapan dalam memberikan pelayanan	3	2
			b. kemampuan karyawan menangani keluhan pelanggan	4	
		<i>c. Assurance</i>	a. pengetahuan karyawan terhadap produk	5	2
			b. kecakapan karyawan dalam menawarkan produk	6	
		<i>d. Empaty</i>	a.kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan	7	1
		<i>e. Tangible</i>	a. penampilan karyawan menggunakan seragam yang rapi	8	2
			b. penampilan karyawan menggunakan pakaian yang bersih	9	
2.	<b>Kualitas Produk</b>	a. variasi makanan	a. keanekaragaman	10	1
		b. Kualitas makanan	a. suhu makanan	11	6
			b. aroma makanan	12	
			c. rasa makanan	13	
			d. tekstur makanan	14	
		c. Penyajian makanan	e.warna makanan	15	4
			f. fresh tidaknya bahan yang digunakan	16	
		c. Penyajian makanan	a. kebersihan makanan	17	4
			b. kebersihan alat	18	
			c.tampilan makanan	19	
			d. ketersediaan condiment (lalapan,sambal,air cuci tangan)	20	
			e. porsi makanan	21	
			f.kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan	22	

## F. Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrumen masing-masing variabel. Suharsimi (2006:145) berpendapat bahwa sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Uji korelasi product moment ini masih ada pengaruh kotor dari butir, maka perlu dilakukan koreksi untuk menghitung pengaruh kotor dari butir tersebut dengan menggunakan rumus korelasi bagian total (*Part Whole Correlation*).

Koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan tinggi rendahnya tingkat validitas variabel instrumen yang diukur. Selanjutnya harga koefisien korelasi ini dikonsultasikan dengan harga  $r$  korelasi *product moment* pada tabel. Jika harga  $r$  hitung sama dengan atau lebih besar dari pada harga  $r$  tabel, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid atau sah. Jika harga  $r$  hitung lebih kecil daripada harga  $r$  tabel berarti butir pertanyaan dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas dikonsultasikan pada harga  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5% dengan  $N=30$  sebesar 0,361. Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari 0,361. Butir yang gugur tidak digunakan dalam pengumpulan data.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 22 item pernyataan yang ada di kuesioner dinyatakan valid semua karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sehingga semua pernyataan dalam kuesioner digunakan semua sebagai pengumpul data. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat di lampiran.

## **2. Uji Reliabilitas**

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Suharsimi (2002:154) menyatakan: “Reliabilitas menunjukan pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik”. Dengan metode *Alpha Cronbach*, koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Nilai koefisien yang kurang dari 0,6 menunjukkan bahwa keandalan konsistensi internal yang tidak reliabel (Suharsimi, 2010: 193).

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang diteliti pada variabel pelayanan dan kualitas produk dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* masing-masing sebesar 0,842 dan 0,917. Nilai *Cronbach Alpha* tersebut sudah lebih besar dari 0,60, sehingga instrument penelitian dinyatakan reliabel.

## **G. Teknik Analisa Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis data kuantitatif. Menurut Mulyatiningsih (2011: 38) analisis data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian apa adanya dan tidak digunakan untuk mengambil kesimpulan statistik. Penyajian hasil analisis data deskriptif dapat dilengkapi dengan menggunakan tabel, grafik dan diagram. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam memberikan gambaran tentang hasil penelitian. Langkah-langkah analisis data dalam metode deskriptif adalah sebagai berikut:

### 1. Median (Me)

Median adalah salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang terkecil sampai yang terbesar atau sebaliknya dari yang terbesar sampai yang terkecil (Sugiyono, 2010: 48).

### 2. Modus (Mo)

Modus merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai yang sedang populer (yang sedang mode) atau nilai yang sering muncul dalam kelompok tersebut (Sugiyono, 2010: 47).

### 3. Standart Deviasi (Sd)

Simpangan baku atau deviasi standar adalah ukuran sebaran statistik yang paling lazim. Singkatannya, ia mengukur bagaimana nilai-nilai data terbesar. Bisa juga didefinisikan sebagai, rata-rata jarak penyimpangan titik-titik data diukur dari nilai rata-rata data tersebut.

### 4. Distribusi kategori *Skewness*

Langkah-langkah yang ditempuh dalam penggunaan teknik analisis ini adalah sebagai berikut:

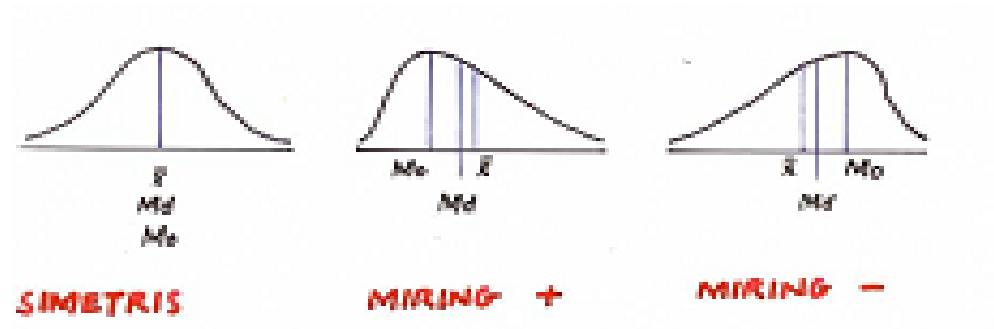
- a. Membuat tabel distribusi jawaban angket
- b. Menentukan skor jawaban responden dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan
- c. Menjumlah skor jawaban yang diperoleh dari tiap-tiap responden
- d. Hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan skewness adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio\_Skewness} = \frac{\text{skewness}}{\text{standar\_error\_skewness}}$$

$$\text{Rasio\_Kurtosis} = \frac{\text{kurtosis}}{\text{standar\_error\_kurtosis}}$$

(Santoso,2012:172-173)

Menurut Santoso (2012:173), jika rasio skewness dan rasio kurtosis berada di antara -2 dan 2, berarti distribusi data normal atau tidak ada kecenderungan.



Gambar 1. Tampilan Grafik Skewness

Sugiyono (2005: 2)



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan dan produk makanan di Waduk Gajah Mungkur. Pada bab ini akan menyajikan hasil penelitian yang meliputi data tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan dan produk makanan.

#### **A. Hasil Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner untuk mendapatkan data penilaian wisatawan domestik yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur pada tahun 2013. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan disajikan sebagai berikut.

##### **1. Karakteristik Wisatawan**

Karakteristik wisatawan yang diamati dalam penelitian ini meliputi: usia, pendidikan, pekerjaan, jenis kelamin, asal responden, asal informasi, data kunjungan, penghasilan rata-rata, frekuensi konsumsi produk, dan alasan berkunjung. Deskripsi karakteristik wisatawan disajikan sebagai berikut:

##### **a. Usia**

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 2. Karakteristik wisatawan Berdasarkan Usia**

Usia	Responden	Persentase (%)
<20 tahun	22	14,7
20-25 tahun	30	20,0
26-30 tahun	18	12,0
31-40 tahun	41	27,3
41-50 tahun	31	20,7
>50 tahun	8	5,3
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa wisatawan dengan usia <20 tahun sebanyak 22 orang (14,7%), usia 20-25 tahun sebanyak 30 orang (20%), usia 26-30 tahun sebanyak 18 orang (12%), usia 31-40 tahun sebanyak 41 orang (27,3%), 41-50 tahun masing-masing sebanyak 31 orang (20,7%), dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 8 orang (5,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri di Jalan Sendangsari Wonogiri mayoritas berusia 31-40 tahun sebanyak 41 orang (27,3%), hal ini dikarenakan pada rentang usia tersebut dimungkinkan usia pekerja dan usia orang-orang yang telah berumah tangga, sehingga membutuhkan tempat rekreasi untuk menghilangkan rasa stres.

**b. Pekerjaan**

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. Karakteristik wisatawan Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
Pelajar/mahasiswa	22	14,7
PNS	16	10,7
Karyawan	53	35,3
Wiraswasta	59	39,3
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 22 orang (14,7%), responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 16 orang (10,7%), responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 53 orang (35,3%), dan responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 59 orang (39,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di kabupaten Wonogiri mayoritas bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 59 orang (39,3%), hal ini karena responden yang bekerja sebagai wiraswasta memiliki waktu yang bebas dan tidak terikat oleh instansi dimanapun, sehingga mereka mempunyai waktu yang bebas untuk mengunjungi Waduk Gajah Mungkur.

#### c. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	82	54,7
Perempuan	68	45,3
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 82 orang (54,7%), dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang (45,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 82 orang (54,7%).

#### d. Asal wisatawan

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan asal wisatawan disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Wisatawan**

Asal Wisatawan	Responden	Persentase (%)
Kota Wonogiri	96	64,0
Luar Wonogiri	32	21,3
Luar Pulau Jawa	22	14,7
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berasal dari kota Wonogiri sebanyak 96 orang (64%), yang berasal dari luar Wonogiri sebanyak 32 orang (21,3%), yang berasal dari luar Pulau Jawa sebanyak 22 orang (14,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas berasal dari kota Wonogiri sebanyak 96 orang (64%), karena orang Wonogiri lebih mengetahui keberadaan Waduk Gajah Mungkur dibandingkan penduduk luar kota.

**e. Sumber Informasi**

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan sumber informasi yang diperoleh pengunjung disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 6. Karakteristik wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi Pengunjung**

Sumber Informasi	Responden	Persentase (%)
Dari Teman/Keluarga	85	56,7
Koran/Majalah	28	18,7
Leaflet/brosur	18	12,0
Internet	19	12,7
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa karakteristik wisatawan mendapatkan sumber informasi tentang Waduk Gajah Mungkur dari berbagai sumber, diantaranya: dari teman/keluarga sebanyak 85 orang (56,7%), dari koran/majalah sebanyak 28 orang (18,7%), dari leaflet/brosur sebanyak 18 orang (12%), dan dari internet sebanyak 19 orang (12,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas mendapatkan informasi dari teman/keluarga sebanyak 85 orang (56,7%), hal ini dikarenakan mereka tertarik mengunjungi Waduk Gajah Mungkur setelah mendengar cerita dari teman atau keluarga tentang keindahan Waduk Gajah Mungkur.

**f. Data Kunjungan**

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan data kunjungan wisatawan disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 7. Karakteristik wisatawan Berdasarkan Kunjungan**

<b>Data Kunjungan</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sendiri	19	12,7
Bersama Keluarga	89	59,3
Bersama Kelompok/rombongan	42	28,0
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa wisatawan berkunjung ke tempat wisata Waduk Gajah Mungkur dengan berkunjung sendiri sebanyak 19 orang (12,7%), berkunjung bersama keluarga sebanyak 89 orang (59,3%), berkunjung bersama kelompok/rombongan 42 orang (28%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas datang bersama keluarga sebanyak 89 orang (59,3%). Pada umumnya para pengunjung lebih nyaman menikmati suasana alam di Waduk Gajah Mungkur bersama keluarga karena dapat mempererat hubungan antar anggota keluarga dan banyaknya wahana yang diperuntukkan untuk bermain bersama keluarga.

**g. Penghasilan rata-rata**

Deskripsi karakteristik wisatawan berdasarkan penghasilan rata-rata disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 8. Karakteristik wisatawan Berdasarkan Penghasilan Rata-rata**

Pendapatan	Responden	Persentase (%)
Kurang dari 500.000,-	5	3,3
Rp. 500.000 - Rp 999.999	49	32,7
Rp 1.000.000 - Rp. 1.499.999	47	31,3
Rp 1.500.000 - Rp. 1. 999.999	32	21,3
Diatas 2 Juta	17	11,3
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan penghasilan rata-rata kurang dari Rp 500,000 sebanyak 5 orang (3,3%), responden dengan penghasilan rata-rata Rp 500,000 - Rp 999,999 sebanyak 49 orang (32,7%), responden dengan penghasilan rata-rata Rp 1,000,000 - Rp 1,499,999 sebanyak 47 orang (31,3%), responden dengan penghasilan rata-rata Rp 1,500,000 - Rp 1,999,999 sebanyak 32 orang (21,3%), dan responden dengan penghasilan rata-rata diatas Rp 2,000,000,- sebanyak 17 orang (11,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas dengan pendapatan Rp 500,000 - Rp 999,999 sebanyak 49 orang (32,7%), hal ini dikarenakan mayoritas pengunjung Waduk Gajah Mungkur adalah penduduk asli Wonogiri yang bekerja sebagai wiraswasta dan mayoritas berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

**h. Responden Konsumsi Produk di Waduk Gajah Mungkur**

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan responden konsumsi produk di Waduk Gajah Mungkur disajikan pada tabel di bawah ini

**Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Responden Konsumsi produk di Waduk Gajah Mungkur**

<b>Responden Kunjungan</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Kurang dari 3 kali	28	18,7
3-6 kali	88	58,7
Lebih dari 6 kali	34	22,7
Jumlah	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan responden mengkonsumsi produk di tempat wisata Waduk Gajah Mungkur kurang dari 3 kali sebanyak 28 orang (18,7%), responden dengan responden mengkonsumsi produk di tempat wisata Waduk Gajah Mungkur antara 3-6 kali sebanyak 88 orang (58,7%), dan responden dengan responden mengkonsumsi produk di tempat wisata Waduk Gajah Mungkur lebih dari 6 kali sebanyak 34 orang (22,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden wisatawan mengkonsumsi produk pada saat berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas 3-6 kali sebanyak 88 orang (58,7%), karena responden mengunjungi Waduk Gajah Mungkur lebih dari satu kali sehingga responden mungkin menikmati wahana yang berada di objek wisata Waduk Gajah Mungkur tanpa memikirkan pelayanan dan produk disana.

## **2. Deskripsi Jawaban Responden**

Deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan dan kualitas produk disajikan di bawah ini:

### **a. Kualitas Pelayanan**

Deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas pelayanan disajikan di bawah ini:

- 1) Kecepatan Dalam Menyajikan Pesanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kecepatan dalam Menyajikan Pesanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 10. Kecepatan dalam Menyajikan Pesanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	6	4,0
Puas	10	6,7
Tidak puas	63	42,0
Sangat tidak puas	71	47,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap kecepatan dalam menyajikan pesanan sebanyak 6 orang (4%), responden yang menyatakan puas sebanyak 10 orang (6,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 63 orang (42,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 71 orang (47,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap kecepatan dalam menyajikan pesanan (47,3%). Dengan demikian responden merasa mendapatkan pelayanan yang lambat dan tidak sesuai dengan harapan.

## 2) Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Pelanggan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Pelanggan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 11. Ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	4	2,7
Puas	21	14,0
Tidak puas	72	48,0
Sangat tidak puas	53	35,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013



Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Pelanggan sebanyak 4 orang (2,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 21 orang (14,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 72 orang (48,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 53 orang (35,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Ketanggapan Karyawan dalam Melayani Pelanggan (48,0%).

### 3) Kesigapan dalam Memberikan Pelayanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kesigapan dalam Memberikan Pelayanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 12. Kesigapan dalam Memberikan Pelayanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	4	2,7
Puas	53	35,3
Tidak puas	58	38,7
Sangat tidak puas	35	23,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Kesigapan dalam Memberikan Pelayanan sebanyak 4 orang (2,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 53 orang (35,3%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 58 orang (38,7%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 35 orang (23,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Kesigapan dalam Memberikan Pelayanan (38,7%).

### 4) Kemampuan Karyawan Menangani Keluhan Pelanggan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kemampuan Karyawan Menangani Keluhan Pelanggan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 13. Kemampuan Karyawan Menangani Keluhan Pelanggan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	4	2,7
Puas	19	12,7
Tidak puas	33	22,0
Sangat tidak puas	94	62,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Kemampuan Karyawan Menangani Keluhan Pelanggan sebanyak 4 orang (2,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 19 orang (12,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 33 orang (22,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 94 orang (62,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Kemampuan Karyawan Menangani Keluhan Pelanggan (62,7%).

#### 5) Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 14. Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	6	4,0
Puas	20	13,3
Tidak puas	66	44,0
Sangat tidak puas	58	38,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk sebanyak 6 orang (4,0%), responden yang menyatakan puas sebanyak 20 orang (13,3%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 66 orang (44,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 58 orang (38,7%).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Pengetahuan Karyawan Terhadap Produk (44,0%).

#### 6) Kecakapan Karyawan dalam Menawarkan Produk

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kecakapan Karyawan dalam Menawarkan Produk” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 15.Kecakapan Karyawan dalam Menawarkan Produk

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	4	2,7
Puas	12	8,0
Tidak puas	56	37,3
Sangat tidak puas	78	52,0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Kecakapan Karyawan dalam Menawarkan Produk sebanyak 4 orang (2,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 12 orang (8,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 56 orang (37,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 78 orang (52,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Kecakapan Karyawan dalam Menawarkan Produk (52,0%).

#### 7) Kepedulian Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kepedulian Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 16.Kepedulian Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	4	2,7
Puas	21	14,0
Tidak puas	72	48,0
Sangat tidak puas	53	35,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puasKepedulian Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan sebanyak 4 orang (2,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 21 orang (14,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 72 orang (48,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 53 orang (35,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Kepedulian Terhadap Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan (48,0%).

#### 8) Penampilan Karyawan Menggunakan Seragam yang Rapi

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Penampilan Karyawan Menggunakan Seragam yang Rapi” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 17. Penampilan Karyawan Menggunakan Seragam yang Rapi

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	2	1,3
Puas	9	6,0
Tidak puas	63	42,0
Sangat tidak puas	76	50,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puasKepedulian Terhadap Penampilan Karyawan Menggunakan Seragam yang Rapi sebanyak 2 orang (1,3%), responden yang menyatakan puas sebanyak 9 orang (6,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 63 orang (42,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 76 orang (50,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Penampilan Karyawan Menggunakan Seragam yang Rapi (50,7%). Dengan demikian mungkin seragam yang digunakan hanya memakai baju asal-asalan dan tidak memperhatikan kerapian.

9) Penampilan Karyawan Menggunakan Pakaian yang Bersih

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Penampilan Karyawan Menggunakan Pakaian yang Bersih” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 18. Penampilan Karyawan Menggunakan Pakaian yang Bersih

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	5	3,3
Puas	22	14,7
Tidak puas	53	35,3
Sangat tidak puas	70	46,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas Kepedulian Terhadap Penampilan Karyawan Menggunakan Pakaian yang Bersih sebanyak 5 orang (3,3%), responden yang menyatakan puas sebanyak 22 orang (14,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 53 orang (35,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 70 orang (46,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Penampilan Karyawan karena mungkin kurang bersih atau kurang menarik dipandang.

**b. Kualitas Produk**

Deskripsi jawaban responden mengenai ketidak puasan konsumen ditinjau dari kualitas produk disajikan di bawah ini:

1) Keanekaragaman Menu

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Keanekaragaman Menu” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 19. Keanekaragaman Menu

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	4	2,7
Puas	21	14,0
Tidak puas	65	43,3
Sangat tidak puas	60	40,0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Keanekaragaman Menu sebanyak 4 orang (2,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 21 orang (14,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 65 orang (43,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 60 orang (40,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Keanekaragaman Menu (43,3%) yang hanya menyajikan menu monoton atau teknik olahannya biasa saja.

## 2) Suhu makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Suhu makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 20. Suhu makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	3	2,0
Puas	45	30,0
Tidak puas	57	38,0
Sangat tidak puas	45	30,0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Suhu makanan sebanyak 3 orang (2,0%), responden yang menyatakan puas sebanyak 45 orang (30,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 57 orang (38,0%), dan responden yang menyatakan sangat

tidak puas sebanyak 45 orang (30,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Suhu makanan (38,0%) yang disajikan mungkin sudah tidak hangat lagi.

### 3) Aroma Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Aroma Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 21.Aroma Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	3	2,0
Puas	22	14,7
Tidak puas	43	28,7
Sangat tidak puas	82	54,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Aroma Makanan sebanyak 3 orang (2,0%), responden yang menyatakan puas sebanyak 22 orang (14,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 43 orang (28,7%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 82 orang (54,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Aroma Makanan yang disajikan kurang menarik selera.

### 4) Rasa Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Rasa Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 22. Rasa Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	5	3,3
Puas	19	12,7
Tidak puas	68	45,3
Sangat tidak puas	58	38,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Rasa Makanan sebanyak 5 orang (3,3%), responden yang menyatakan puas sebanyak 19 orang (12,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 68 orang (45,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 58 orang (38,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Rasa Makanan (45,3%) yang kurang enak atau kurang bumbu yang seperti diinginkan responden.

#### 5) Tekstur Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Tekstur Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 23. Tekstur Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	1	0,7
Puas	16	10,7
Tidak puas	56	37,3
Sangat tidak puas	77	51,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Tekstur Makanan sebanyak 1 orang (0,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 16 orang (10,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 56 orang (37,3%), dan responden yang menyatakan sangat



tidak tidak puas sebanyak 77 orang (51,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Tekstur Makanan (51,3%) yang disajikan terlalu keras atau mungkin kurang pas untuk responden.

#### 6) Tekstur Makanan Warna Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Warna Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 24. Warna Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	2	1,3
Puas	12	8,0
Tidak puas	48	32,0
Sangat tidak puas	88	58,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Warna Makanan sebanyak 2 orang (1,3%), responden yang menyatakan puas sebanyak 12 orang (8,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 48 orang (32,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 88 orang (58,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Warna Makanan (58,7%).

#### 7) FreshTidaknya Bahan yang Digunakan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “FreshTidaknya Bahan yang Digunakan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 25.FreshTidaknya Bahan yang Digunakan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	3	2,0
Puas	25	16,7
Tidak puas	56	37,3
Sangat tidak puas	66	44,0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap FreshTidaknya Bahan yang Digunakan sebanyak 3 orang (2,0%), responden yang menyatakan puas sebanyak 25 orang (16,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 56 orang (37,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 66 orang (44,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap FreshTidaknya Bahan yang Digunakan (44,0%), mungkin bahan yang digunakan sudah lama dibeli tapi disimpan dahulu di lemari pendingin sehingga kefreshannya berkurang.

#### 8) Kebersihan Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kebersihan Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 26.Kebersihan Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	2	1,3
Puas	3	2,0
Tidak puas	54	36,0
Sangat tidak puas	91	60,7
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Kebersihan Makanan sebanyak 2 orang (1,3%), responden yang menyatakan puas sebanyak 3 orang (2,0%), responden yang menyatakan tidak

puas sebanyak 54 orang (36,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 91 orang (60,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Kebersihan Makanan (60,7%).

#### 9) Kebersihan Alat

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kebersihan Alat” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 27.Kebersihan Alat

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	9	6,0
Puas	45	30,0
Tidak puas	52	34,7
Sangat tidak puas	44	29,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Kebersihan Alat sebanyak 9 orang (6,0%), responden yang menyatakan puas sebanyak 45 orang (30,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 52 orang (34,7%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 44 orang (29,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak puas terhadap Kebersihan Alat (34,7%), mungkin alat yang digunakan kurang dicuci sampai benar-benar bersih sehingga mengecewakan responden.

#### 10) Tampilan Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Tampilan Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 28. Tampilan Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	11	7,3
Puas	14	9,3
Tidak puas	60	40,0
Sangat tidak puas	65	43,3
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Tampilan Makanan sebanyak 11 orang (7,3%), responden yang menyatakan puas sebanyak 14 orang (9,3%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 60 orang (40,0%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 65 orang (43,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Tampilan Makanan (43,3%), tampilan yang biasa saja atau kurangnya garnish dapat mengurangi cantiknya tampilan makanan sehingga kurang disukai responden.

#### 11) Ketersediaan Condiment (lalapan, sambal, air cuci tangan)

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Ketersediaan Condiment (lalapan, sambal, air cuci tangan)” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 29.** Ketersediaan Condiment (lalapan, sambal, air cuci tangan)

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	9	6,0
Puas	28	18,7
Tidak puas	47	31,3
Sangat tidak puas	66	44,0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Ketersediaan Condiment (lalapan, sambal, air cuci tangan) sebanyak 9 orang (6,0%), responden yang menyatakan puas sebanyak 28 orang

(18,7%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 47 orang (31,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 66 orang (44,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Ketersediaan Condiment (lalapan, sambal, air cuci tangan) (44,0%).

## 12) Porsi Makanan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Porsi Makanan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 30.** Porsi Makanan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	7	4.7
Puas	18	12.0
Tidak puas	53	35.3
Sangat tidak puas	72	48.0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Porsi Makanan sebanyak 7 orang (4,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 18 orang (12,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 53 orang (35,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 72 orang (48,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Porsi Makanan(48,0%).

## 13) Kesesuaian Harga Terhadap Produk yang Ditawarkan

Deskripsi jawaban responden untuk pernyataan “Kesesuaian Harga Terhadap Produk yang Ditawarkan” dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 31.** Kesesuaian Harga Terhadap Produk yang Ditawarkan

Jawaban	Responden	Persentase (%)
Sangat puas	7	4.7
Puas	18	12.0
Tidak puas	53	35.3
Sangat tidak puas	72	48.0
Total	150	100,0

Sumber: Data Primer 2013

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat puas terhadap Kesesuaian Harga Terhadap Produk yang Ditawarkan sebanyak 7 orang (4,7%), responden yang menyatakan puas sebanyak 18 orang (12,0%), responden yang menyatakan tidak puas sebanyak 53 orang (35,3%), dan responden yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 72 orang (48,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat tidak puas terhadap Kesesuaian Harga Terhadap Produk yang Ditawarkan (48,0%), dengan harga yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diperoleh oleh responden sehingga tidak memberikepuasan terhadap responden.

### **3. Deskripsi Data Penelitian**

Data variabel pelayanan dan produk makanan diperoleh melalui angket yang terdiri 22 item dengan jumlah responden 150 konsumen. Ada 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berikut adalah hasil yang diperoleh dengan bantuan SPSS versi 13,0.

#### **a. Kualitas Layanan**

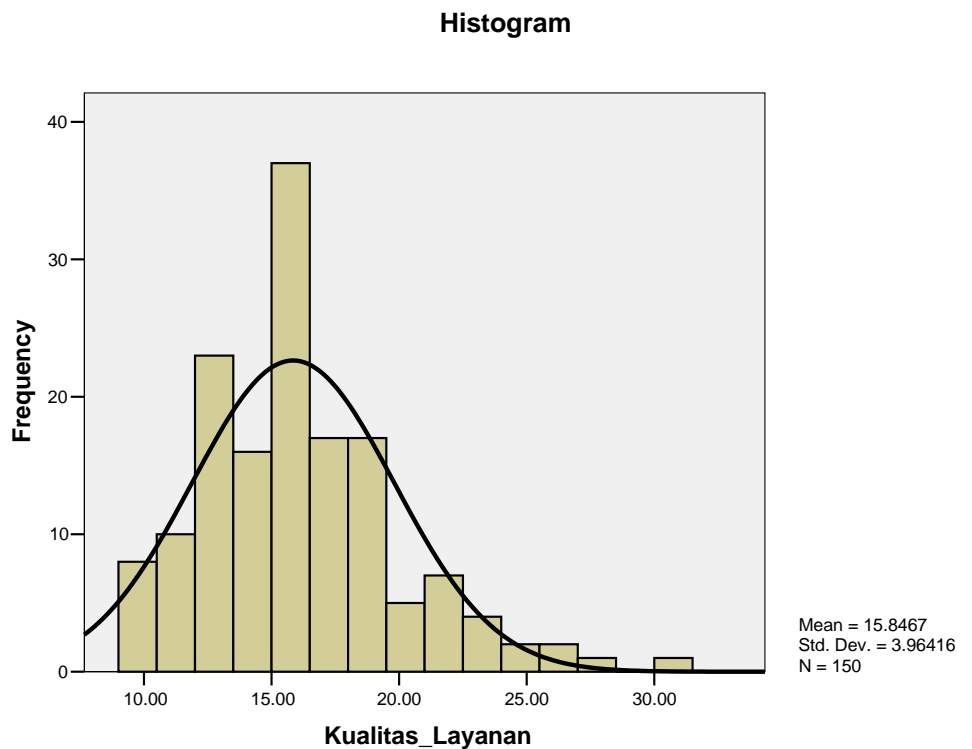
Data variabel kualitas layanan diperoleh melalui angket yang terdiri dari 9 item dengan jumlah responden 150 konsumen dengan bantuan SPSS Versi 13,00. Ada 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan data kualitas layanan, diperoleh skor tertinggi 31 dan skor terendah

9. Hasil analisis dari sub variabel kualitas layanan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 34. Hasil Analisis Variabel Kualitas Layanan**

Sub Variabel Kualitas Layanan	Nilai
<i>Valid</i>	150
<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>	15.8467
<i>Median</i>	16.0000
<i>Mode</i>	16.00
<i>Std. Deviation</i>	3.96416
<i>Skewness</i>	.844
<i>Std. Error of Skewness</i>	.198
<i>Kurtosis</i>	1.250
<i>Std. Error of Kurtosis</i>	.394
<i>Minimum</i>	9.00
<i>Maximum</i>	31.00

Dari hasil analisis yang didapatkan di atas, maka dapat digambarkan dengan histogram yang pada gambar berikut:



Gambar 1. Histogram *Skewness* Variabel Kualitas Layanan

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa batang histogram mempunyai kemiripan bentuk dengan kurva negatif (bentuk seperti lonceng miring ke kiri), Hal ini membuktikan bahwa distribusi sub variabel kualitas layanan mendapat penilaian negatif. Namun untuk memperkuat hasil gambar histogram di atas, maka akan digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rasio\_Skewness} = \frac{\text{skewness}}{\text{standar\_error\_skewness}}$$

$$= \frac{0,844}{0,198} = 4,2626$$

$$\frac{\text{kurtosis}}{\text{standar\_error\_kurtosis}}$$

Rasio\_Kurtosis=

$$= \frac{1,250}{0,394} = 3,1725$$



Berdasarkan rumus perhitungan rasio *skewness* dan rasio *kurtosis*, diperoleh hasil nilai rasio *skewness* sebesar 4,2626 dan nilai rasio *kurtosis* sebesar 3,1725. Dari nilai rasio *kurtosis* dan nilai rasio *skewness* tersebut dapat disimpulkan bahwa distribusi sub variabel kualitas layanan adalah tidak normal atau cenderung negatif, Menurut Santoso (2012: 173) jika rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* berada antara -2 dan 2 maka distribusi data adalah normal, Karena rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* sub variabel harga terletak di luar -2 dan 2 yaitu 4,2626 dan 3,1725, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa distribusi data sub variabel kualitas layanan berada pada kecenderungan negatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan berada pada kecenderungan negatif, hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan di Waduk Gajah Mungkur. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dari penilaian responden yang menyatakan bahwapelayanan dalam menyajikan pesanan belum cepat, karyawan belum tanggap dalam melayani pelanggan, karyawan belum sigap dalam memberikan pelayanan, karyawan belum mampu menangani keluhan dengan baik, kurangnya pengetahuan karyawan. Pengetahuan karyawan terhadap produk, karyawan belum cakap dalam menawarkan produk, kurangnya kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, penampilan karyawan menggunakan seragam belum rapi dan bersih.

#### **b. Kualitas Produk**

Data variabel kualitas produk diperoleh melalui angket yang terdiri dari 13 item dengan jumlah responden 150 konsumen dengan bantuan SPSS Versi 13,0. Ada 4 alternatif jawaban dimana skor tertinggi 4 dan skor terendah 1. Berdasarkan

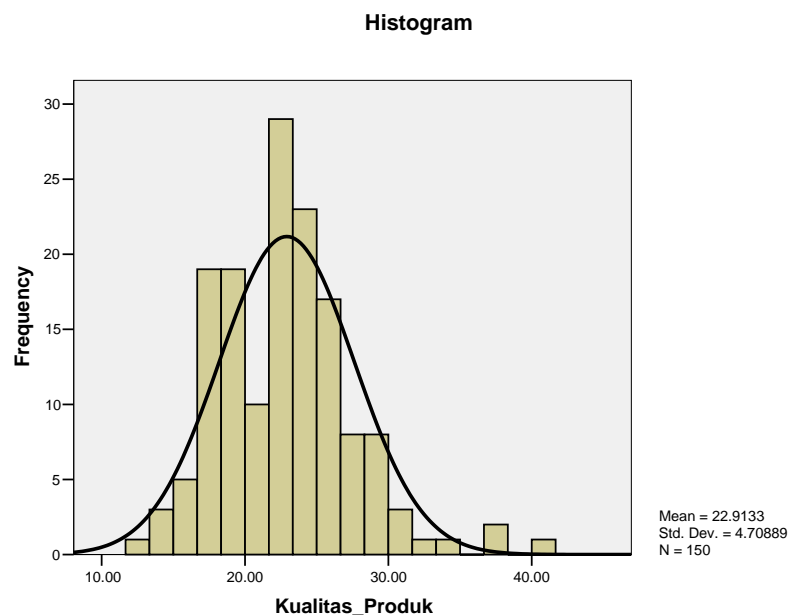
data variabel kualitas produk, diperoleh skor tertinggi 41 dan skor terendah 13.

Hasil analisis dari sub variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 35. Hasil Analisis Variabel Kualitas Produk

Variabel Kualitas Produk	Nilai
<i>Valid</i>	150
<i>Missing</i>	0
<i>Mean</i>	22,9133
<i>Median</i>	22,0000
<i>Mode</i>	22,00
<i>Std. Deviation</i>	4,70889
<i>Skewness</i>	0,748
<i>Std. Error of Skewness</i>	0,198
<i>Kurtosis</i>	1,389
<i>Std. Error of Kurtosis</i>	0,394
<i>Minimum</i>	13,00
<i>Maximum</i>	41,00

Dari hasil analisis yang didapatkan di atas, maka dapat digambarkan dengan histogram yang pada gambar berikut:



Gambar 2. Histogram *Skewness* Variabel Kualitas Produk

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa batang histogram mempunyai kemiripan bentuk dengan kurva tidak normal (bentuk seperti lonceng miring ke kiri). Hal ini

membuktikan bahwa distribusi variabel kualitas produk sudah bisa dikatakan negatif. Namun untuk memperkuat hasil gambar histogram di atas, maka akan digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rasio\_Skewness} = \frac{\text{skewness}}{\text{standar\_error\_skewness}}$$

$$= \frac{0,748}{0,198} = 3,777$$

$$\frac{\text{kurtosis}}{\text{standar\_error\_kurtosis}}$$

$$\text{Rasio\_Kurtosis} =$$

$$= \frac{1,389}{0,394} = 3,525$$

Berdasarkan rumus perhitungan rasio *skewness* dan rasio *kurtosis*, diperoleh hasil nilai rasio *skewness* sebesar 3,777 dan nilai rasio *kurtosis* sebesar 3,525. Dari nilai rasio *kurtosis* dan nilai rasio *skewness* tersebut dapat disimpulkan bahwa distribusi sub variabel produk adalah negatif. Menurut Santoso (2012: 173) jika rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* berada antara -2 dan 2 maka distribusi data adalah normal. Karena rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* variabel produk terletak di luar -2 dan 2 yaitu 3,777 dan 3,525, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa distribusi data variabel kualitas produk berada pada kecenderungan negatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk berada pada kecenderungan negatif, hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan kualitas produk di Waduk Gajah Mungkur. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dari penilaian responden yang menyatakan bahwa produk makanan di Waduk Gajah Mungkur menyuguhkan kurang beranekaragam, kurang diperhatikannya suhu makanan, aroma, rasa, tekstur, kesegaran makanan, kebersihan makanan kurang terjaga, alat-alat yang

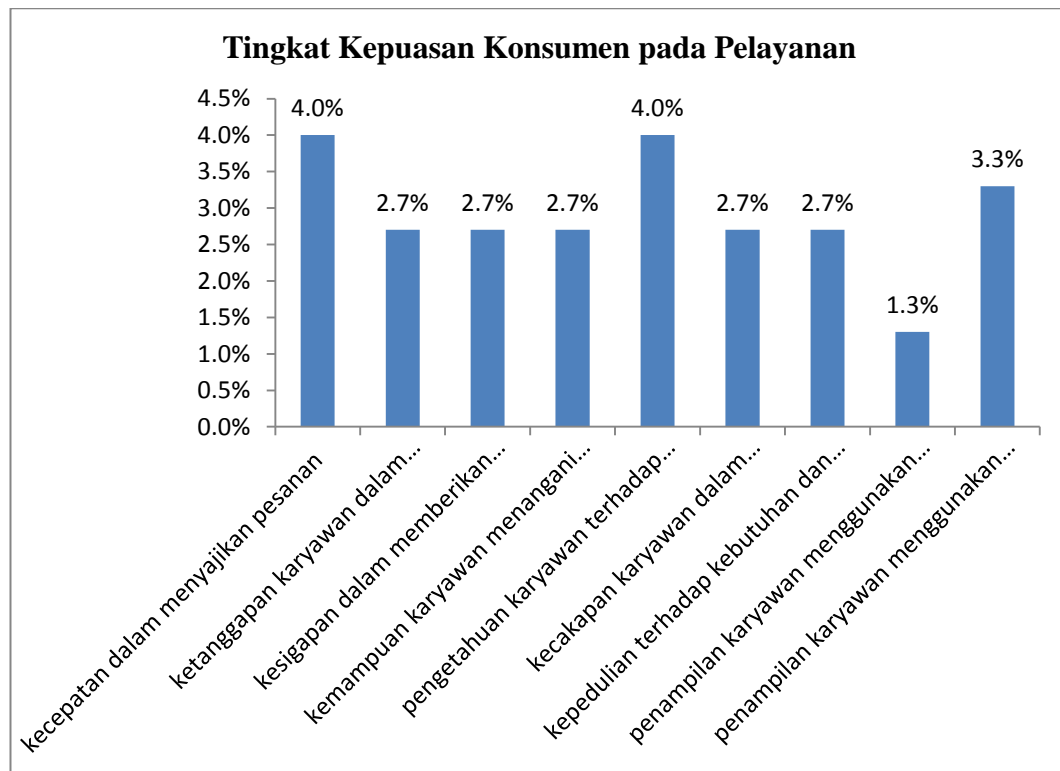
digunakan kurang higienis, tampilan makanan yang kurang menarik, Ketersediaan *condiment* (lalapan, sambal, air cuci tangan) yang terbatas, dan Porsi makanan yang kurang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan.

#### 4. Rangkuman Data Penelitian

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan dan kualitas produk disajikan pada diagram di bawah ini:

##### a. Tingkat Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Pelayanan

Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan disajikan pada diagram di bawah ini:

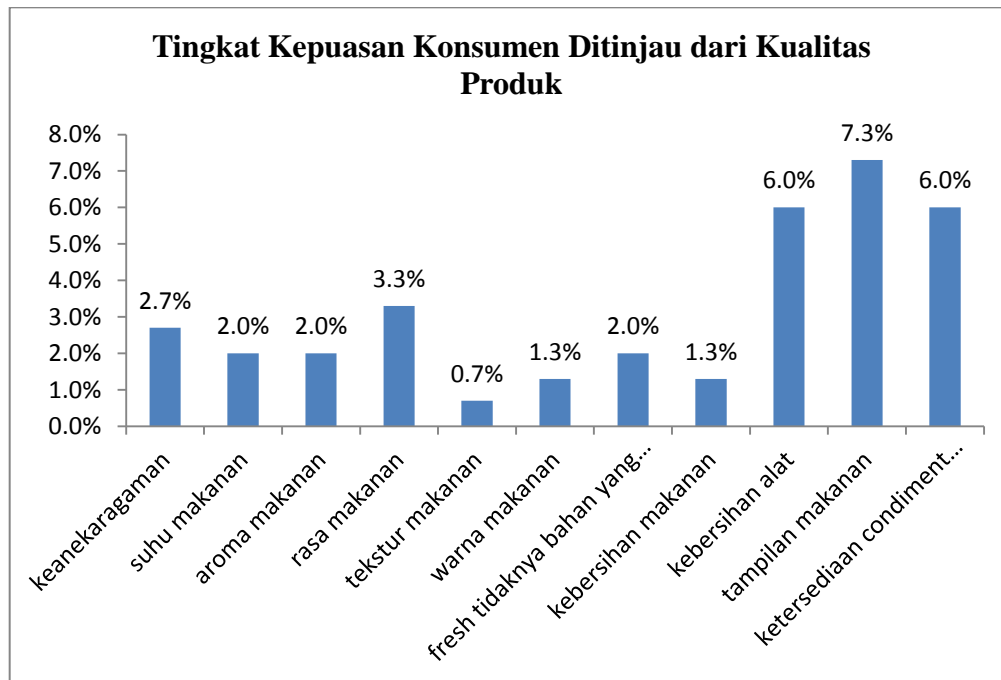


Gambar 3. Histogram Tingkat Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Pelayanan

Berdasarkan diagram di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan terletak pada indikator kecepatan dalam menyajikan pesanan dan pengetahuan karyawan terhadap produk.

b. Tingkat Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk

Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan disajikan pada diagram di bawah ini:



Gambar 3. Histogram Tingkat Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk

Berdasarkan diagram di atas diketahui tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk terletak pada indikator kebersihan alat, tampilan makanan, dan ketersediaan condiment seperti lalapan, sambal, air cuci tangan).

### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri di Jalan Sendangsari Wonogiridisajikan dalam rangkuman sebagai berikut:

Tabel 36. Rangkuman Karakteristik responden

Karakteristik Responden	F	Persentase (%)
Usia 31-40 tahun	41	27,3
Pekerjaan Wiraswasta	59	39,3
Jenis Kelamin Laki-Laki	82	54,7
Asal Responden dari Kota Wonogiri	96	64,0
Sumber informasi dari Teman/Keluarga	85	56,7
Berkunjung Bersama Keluarga	89	59,3
Penghasilan Responden antara Rp. 500.000 - Rp 999.999	49	32,7
konsumsi produk di Waduk Gajah Mungkur 3-6 kali	88	58,7

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri di Jalan Sendangsari Wonogiri mayoritas berusia 31-35 tahun sebanyak 41 orang (27,3%), bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 59 orang (39,3%), jenis kelamin laki-laki sebanyak 82 orang (54,7%), berasal dari kota Wonogiri sebanyak 96 orang (64%), melakukan kunjungan bersama keluarga sebanyak 89 orang (59,3%), memiliki penghasilan rata-rata Rp 500,000 - Rp 999,999 sebanyak 49 orang (32,7%), memperoleh informasi tentang tempat wisata Waduk Gajah Mungkur dari teman/keluarga sebanyak 85 orang (49,3%), dan frekuensi wisatawan mengkonsumsi produk pada saat berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas 3-6 kali sebanyak 88 orang (58,7%).

Hasil analisis data menggunakan perhitungan berdasarkan *skeweness* dan *kurtosis* diketahui bahwa distribusi data kualitas layanan berada pada kecenderungan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan di Waduk Gajah Mungkur. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dari penilaian responden yang menyatakan bahwa pelayanan dalam menyajikan pesanan belum cepat, karyawan belum tanggap dalam melayani pelanggan, karyawan belum sigap dalam memberikan pelayanan, karyawan belum mampu

menangani keluhan dengan baik, kurangnya pengetahuan karyawan. Pengetahuan karyawan terhadap produk, karyawan belum cakap dalam menawarkan produk, kurangnya kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, penampilan karyawan menggunakan seragam belum rapi dan bersih. Hasil analisis data menggunakan perhitungan berdasarkan *skeweness* dan *kurtosis* diketahui bahwa distribusi data variabel kualitas produk berada pada kecenderungan negatif. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dari penilaian responden yang menyatakan bahwa produk makanan di Waduk Gajah Mungkur menunya kurang beranekaragam, kurang diperhatikannya suhu makanan, aroma, rasa, tekstur, kesegaran makanan, kebersihan makanan kurang terjaga, alat-alat yang digunakan kurang higienis, tampilan makanan yang kurang menarik, Ketersediaan *condiment* (lalapan, sambal, air cuci tangan) yang terbatas, dan Porsi makanan yang kurang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil pra survey yang dilakukan peneliti terhadap 20 pengunjung Waduk Gajah Mungkur selama 5 hari, diketahui bahwa pengunjung mengeluhkan jika produk makanan yang dijual di Waduk Gajah Mungkur kurang bervariasi. Menurut mereka setiap warung makan yang ada hanya menyajikan menu makanan yang terbatas. Selain itu, warung-warung yang ada hanya berukuran kecil, sehingga kapasitas/daya tampung hanya muat untuk sekitar 20 pengunjung saja.

Selain dari menu yang monoton, pelayanan di area wisata juga kurang baik karena hanya dikelola oleh penduduk sekitar objek Waduk Gajah Mungkur yang hanya memiliki pengetahuan terbatas tentang teknik olah makanan yang berasal dari hasil waduk itu sendiri. Terbatasnya promosi yang dilakukan membuat objek wisata Waduk Gajah Mungkur kurang dikenal di daerah luar, meskipun terletak

di pinggir jalan Raya akan tetapi angkutan umum yang melewati Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur hanya pada jam–jam tertentu saja. Oleh karena itu peneliti ingin mencari tahu tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk di Waduk Gajah Mungkur.

Seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan nilai dari produsen/penyedia jasa. Nilai dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang diterima konsumen adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Jika yang didapatkan konsumen adalah harga murah, maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang kompetitif.

Faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen terbagi atas lima bagian, yaitu: kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, dan kemudahan. Kualitas produk yang baik dapat memberikan kepuasan bagi konsumen setelah setelah membeli dan menggunakan produk tersebut. Faktor harga adalah sumber kepuasan yang penting karena bagi konsumen yang tidak peduli harga, lebih menyukai harga yang sedikit mahal namun kualitasnya sesuai dengan keinginannya. Faktor *service quality* merupakan faktor pelayanan kepada pelanggan, agar dapat memberikan pelayanan yang baik dan sesuai standar perusahaan, seorang karyawan harus melalui pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan perusahaan (*inhouse training*). Faktor keempat yaitu *emotional factor*. Faktor ini relatif penting karena kepuasan pelanggan timbul pada saat ia sedang mengonsumsi produk makanan tertentu. Faktor kelima adalah kemudahan. Konsumen akan semakin puas apabila tempat mudah dicapai, juga nyaman.



Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh produsen, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dapat bersaing di pasar. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Selain itu, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik. Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan. Dalam usaha pelayanan makanan diharapkan memberikan (*service*) pelayanan kepada tamu secara keseluruhan, yakni pelayanan yang baik dan menyeluruh. Meskipun makanannya cukup enak dan memuaskan, pelayanan yang diberikan baik dan lancar. Namun terdapat suatu kesalahan, walaupun merupakan kesalahan kecil, tentunya konsumen akan berfikir lagi untuk datang kembali ke tempat tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa pelayanan terhadap konsumen adalah hal-hal yang dilakukan untuk menarik perhatian serta mendorong konsumen agar dapat melakukan pembelian terhadap produk dan jasa yang ditawarkan dan diharapkan akan melakukan pembelian lagi di lain waktu sehingga menjadi pelanggan yang tetap.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang “Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan dan Produk Makanan di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri di Jalan Sendangsari Wonogiri mayoritas berusia 31-35 tahun sebanyak 41 orang (27,3%), bekerja sebagai wiraswata sebanyak 59 orang (39,3%), jenis kelamin laki-laki sebanyak 82 orang (54,7%), berasal dari kota Wonogiri sebanyak 96 orang (64%), melakukan kunjungan bersama keluarga sebanyak 89 orang (59,3%), memiliki penghasilan rata-rata Rp 500,000 - Rp 999,999 sebanyak 49 orang (32,7%), memperoleh informasi tentang tempat wisata Waduk Gajah Mungkur dari teman/keluarga sebanyak 74 orang (49,3%), dan frekuensi wisatawan mengkonsumsi produk pada saat berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur di Kabupaten Wonogiri mayoritas 3-6 kali sebanyak 88 orang (58,7%).
2. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan di Waduk Gajah Mungkur berada pada kecenderungan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan pelayanan di Waduk Gajah Mungkur. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dari penilaian responden yang menyatakan bahwa pelayanan dalam menyajikan pesanan belum cepat, karyawan belum tanggap dalam melayani pelanggan, karyawan belum sigap dalam memberikan pelayanan, karyawan belum mampu menangani keluhan dengan baik, kurangnya

pengetahuan karyawan Pengetahuan karyawan terhadap produk, karyawan belum cakap dalam menawarkan produk, kurangnya kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, penampilan karyawan menggunakan seragam belum rapi dan bersih.

3. Tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari produk makanan di Waduk Gajah Mungkur berada pada kecenderungan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan kualitas produk di Waduk Gajah Mungkur. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dari penilaian responden yang menyatakan bahwamenunya kurang beranekaragam, kurang diperhatikannya suhu makanan, aroma, rasa, tekstur, kesegaran makanan, kebersihan makanan kurang terjaga, alat-alat yang digunakan kurang higienis, tampilan makanan yang kurang menarik, Ketersediaan *condiment* (lalapan, sambal, air cuci tangan) yang terbatas, dan Porsi makanan yang kurang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengunjung Waduk Gajah Mungkur

Bagi para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Waduk Gajah Mungkur disarankan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai keberadaan Waduk Gajah Mungkur, sehingga masyarakat luas dapat mengenali objek wisata yang ada disekitar mereka, dan mengetahui hasil olahan dari Waduk Gajah Mungkur yang dapat dinikmati masyarakat dan dapat menjadi makanan khas di daerah tersebut.

## 2. Bagi Pedagang di Waduk Gajah Mungkur

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari pelayanan terletak pada indikator kecepatan dalam menyajikan pesanan dan pengetahuan karyawan terhadap produk. Selain itu, diketahui pula bahwa tingkat kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk terletak pada indikator kebersihan alat, tampilan makanan, dan ketersediaan condiment seperti lalapan, sambal, air cuci tangan). Oleh karena itu para pedagang makanan di Waduk Gajah Mungkur disarankan untuk meningkatkan pelayanan pada aspek kecepatan dalam menyajikan pesanan dan pengetahuan karyawan terhadap produk. Pedagang jug disarankan untuk lebih memperhatikan kebersihan alat, tampilan makanan, dan ketersediaan condiment seperti lalapan, sambal, air cuci tangan), sehingga di hari mendatang tingkat kepuasan konsumen dapat lebih meningkat.

## 3. Bagi Dinas Pariwisata

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa promosi Dinas Pariwisata tentang keberadaan Waduk Gajah Mungkur melalui media internet mendapat penilaian paling sedikit dari responden, oleh karena itu Dinas Pariwisata di Wonogiri disarankan untuk melakukan promosi lebih gencar melalui media internet, Dinas Pariwisata Wonogiri masih menggunakan brosur, pameran, dan melalui televisi, sehingga Waduk Gajah Mungkur dapat dikenal tidak hanya seluruh masyarakat Indonesia, akan wisata asing juga mengetahuinya.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih mendalam tentang kualitas produk dan kualitas layanan objek wisata tersebut yang tentunya diharapkan agar dapat meningkatkan kunjungan para wisatawan baik itu wisatawan lokal,

wisatawan luar kota, wisatawan luar jawa, maupun wisatawan mancanegara. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan metode lain dalam melakukan penelitian terkait dengan objek wisata Waduk Gajah Mungkur, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aris, Arianto. (2013). Mencicipi Bakso Ikan Waduk Gajah Mungkur. Artikel. Diakses dari <http://www.wisatakuliner.com/berita> diunduh pada tanggal 22 Agustus 2013, Jam 14.00 WIB
- Fandeli, Chafid. 1995. *Pengertian dan Kerangka Dasar Kepariwisata* dalam *Dasar-dasar Kepariwisata Alam* (ed. Chafid Fandeli). Yogyakarta: Liberty
- Mulyatiningsih, E. 2011. *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan Teknik*. Yogyakarta. UNY Press.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Eles Media Komputindo: Jakarta.
- Kusmayadi & Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. : Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Lukman, S. 2001. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta : STIA LAN Press
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Pendit, N. 1990. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta:
- Piggott, J.R., 1984. *Sensory Analysis of Foods*. Elsevier Applied Science Publishers.London and New York.
- Philip Khotler.*Manajemen Pemasaran Jilid I*, Alih Bahasa oleh Hendra Teguh, Ronnydan A. Hamdani. 2007. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip, Kothler, Bowen J.T, Makens J.C, 2010. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Upper Saddle River, New Jersey, 07458: Pearson Education, Inc
- \_\_\_\_\_.*Manajemen Pemasaran*. 2006. Jakarta:Erlangga.
- Santoso, S. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis. Bandung* : CV ALFABETA
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan. Bandung* : CV ALFABETA
- Suharsimi. A. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Revisi V. Rineka Cipta Jakarta.

- Tjiptono, F. 1997, *Prinsip – prinsip Totally Quality Service* , Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F.2008, *Strategi Pemasaran edisi III*, Elex Media Komputindo. Yogyakarta.
- Trees. (2012). Objek-Objek Wisata Kabupaten Wonogiri. Artikel. Diakses dari <http://www.trees.com/berita> diunduh pada tanggal 22 Agustus 2013, Jam 13.00 WIB.
- Wahab, S. 1989. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Widjojo, M. 2005. *Manajemen Food and Beverages Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanti, T. 2002. *Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia
- Winarno, F. G. (1992). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

# LAMPIRAN

















# LAMPIRAN



**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA**  
Alamat : Kampus Fakultas Teknik UNY  
Karangmalang, Yogyakarta

---

Hal : Permohonan Kesiediaan Uji Validasi  
Kepada Yth. : Dewi Eka Murniati, M.M

Dengan hormat

Dalam rangka melakukan uji validitas instrument penelitian skripsi dengan judul "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan dan Produk di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri ", maka saya:

Nama : Irene Bayu Permatasari  
NIM : 09511244036  
Prodi : Pendidikan Teknik Boga  
Pembimbing : Minta Harsana, M.Sc

Dengan ini saya mohon kepada Ibu untuk bersedia memberikan validasi instrument sehingga dapat diujikan kepada sampel penelitian.

Demikian permohonan ini saya sampaikan. Atas kerjasama, perhatian dan kesediaan Ibu, saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 07 Oktober 2013

Dosen Pembimbing

Pemohon

Minta Harsana, M.Sc

NIP. 19690314 200501 1 001

Irene Bayu Permatasari

NIM 09511244036



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS TEKNIK**

Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281  
Telp. (0274) 586168 psu. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734  
website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: [ft@uny.ac.id](mailto:ft@uny.ac.id) ; [teknik@uny.ac.id](mailto:teknik@uny.ac.id)



Certificate No. QSC 00592

Nomor : 2296/UN34.15/PL/2013  
Lamp. : 1 (satu) bendel  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

19 September 2013

Yth.

1. Gubernur Provinsi DIY c.q. Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda Provinsi DIY
2. Gubernur Provinsi Jawa Tengah c.q. Ka. Bappeda Propinsi Jawa Tengah
3. Bupati Wonogiri c.q. Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Wonogiri
4. Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Propinsi Jawa Tengah
5. Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Wonogiri
6. Kepala / Direktur/ Pimpinan : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Wonogiri

Dalam rangka pelaksanaan Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul **"TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DAN PRODUK DI OBYEK WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN WONOGIRI"**, bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No.	Nama	NIM	Jurusan/Prodi	Lokasi Penelitian
1	Irene Bayu Permatasari	09511244036	Pend. Teknik Boga - S1	DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN WONOGIRI

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu : Minta Harsana, M.Sc.  
NIP : 19690314 200501 1 001

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai tanggal 19 September 2013 sampai dengan selesai. Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Dekan,  
Wakil Dekan I,  
  
Dr. Suharyo Soenarto  
NIP 19580630 198601 1 001

Tembusan:  
Ketua Jurusan



**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT**  
**( BADAN KESBANGLINMAS )**  
**Jl Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233**  
**Telepon (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137**  
**YOGYAKARTA**

Yogyakarta, 19 September 2013

Nomor : 074 / 1838 / Kesbang / 2013  
Perihal : Rekomendasi Ijin Penelitian

Kepada  
Gubernur Jawa Tengah  
Up. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas  
Provinsi Jawa Tengah

Di  
SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Nomor : 2296/UN.34.15/PL/2013  
Tanggal : 19 September 2013  
Perihal : Permohonan ijin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal: "**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DAN PRODUK MAKANAN DI OBJEK WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN WONOGIRI**", kepada :

Nama : IRENE BAYU P  
NIM : 09511244036  
Prodi /Jurusan : Pendidikan Teknik Boga/ Pendidikan Teknik Boga dan Busana  
Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta  
Lokasi / Obyek : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Wonogiri, Provinsi Jawa Tengah  
Waktu Penelitian : September s.d Desember 2013

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul penelitian dimaksud;
3. Melaporkan hasil penelitian kepada Badan Kesbanglinmas DIY;

Rekomendasi Ijin penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

KEPALA





PEMERINTAH KABUPATEN WONOGIRI  
BADAN KESATUAN BANGSA POLITIK DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT  
( BAKESBANGPOLINMAS ).  
Jl. Pemuda I / 8 Wonogiri ☎ ( 0273 ) 325373  
WONOGIRI 57612

**SURAT REKOMENDASI**

Nomor : 072 / 924

**TENTANG**  
**SURVEY/RISET/PENELITIAN/PENGABDIAN MASYARAKAT**

Memperhatikan/menunjuk Surat Kepala Badan Kasatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Provinsi Jawa Tengah Semarang tanggal 23 September 2013 Nomor:070/3030/2013 perihal Permohonan Ijin Penelitian / Riset.

Pada prinsipnya kami TIDAK KEBERATAN/Dapat menerima atas Ijin Penelitian / Riset di Kabupaten Wonogiri.

Yang dilaksanakan oleh :

1. Nama : **IRENE BAYU PERMATASARI.**
2. Kebangsaan : Indonesia.
3. Alamat : Karangmalang, Yogyakarta.
4. Pekerjaan : Mahasiswa.
5. Penanggung Jawab : **MINTA HARSANA. M. Sc.**
6. Maksud/Tujuan : Mengadakan kegiatan Penelitian/Survey dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : "**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DAN PRODUK MAKANAN DI OBJEK WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN WONOGIRI**".
7. Lokasi : - Waduk Gajah Mungkur, Kab. Wonogiri.

**KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat setempat/Lembaga swasta yang akan dijadikan obyek lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya.
2. Pelaksanaan survey/Riset tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintah.
3. Untuk penelitian yang mendapat dukungan dana dari sponsor baik dari dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan.
4. Tidak membahas masalah Politik dan atau agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.
5. Surat Rekomendasi dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati/mengindahkan peraturan yang berlaku atau obyek penelitian menolak untuk menerima Peneliti.
6. Setelah survey/riset selesai, supaya menyerahkan hasilnya kepada Bupati Wonogiri Up. Badan Kesbangpolinmas.
7. Surat Rekomendasi ini berlaku dari **tanggal 07 Oktober s/d 30 Desember 2013.**

Demikian untuk menjadikan perhatian dan maklum.



**PEMERINTAH KABUPATEN WONOGIRI**  
**DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAH RAGA**

Alamat : Jl. Jend. Sudirman No. 61 Telp. ( 0273) 321058

**WONOGIRI 57611**

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 800.2/ 1090 /2013

1. Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SENTOT SUJARWOKO,SH  
NIP : 19601005 198703 1 012  
Jabatan : Kepala Disbudparpora Kab.Wonogiri  
Pangkat/Gol : Pembina Tk.I ( IV/b )  
Unit Kerja : Dinas Budparpora Kab Wonogiri

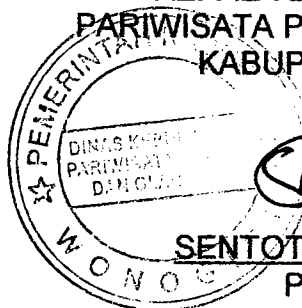
Menerangkan :

Nama : IRINE BAYU PERMATASARI  
NIM :  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Karang Malang, Yogyakarta.

2. Telah Melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul  
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DAN PRODUK  
MAKANAN DI OBJEK WISATA WADUK GAJAH MUNGKUR KABUPATEN  
WONOGIRI.
3. Demikian surat keterangan ini untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wonogiri, 21 Oktober 2013.

KEPALA DINAS KEBUDAYAAN  
PARIWISATA PEMUDA DAN OLAH RAGA  
KABUPATEN WONOGIRI



*SOep-*  
**SENTOT SUJARWOKO, S.H**

Pembina Tk. I

NIP. 19601005 198703 1 012